

LOS NAZIS: IDENTIDAD CULTURAL Y ARTE

INTRODUCCIÓN

Abordamos el siguiente trabajo según tres principios básicos y fundamentales: la brevedad, la necesidad de síntesis, obligada por esa falta de espacio, y un esquema organizativo impuesto desde el exterior que se corresponde con la denominada *Dimensión Histórica* como variable a considerar en el desarrollo del discurso.

Sin entrar en la explicación de los dos primeros factores, vemos necesario apuntar una serie de razones en torno al esquema aplicado. Atendimos exclusivamente a la *Dimensión Histórica* por considerar que la identidad cultural que pergeñan y aplican los nazis durante su periodo de crecimiento y auge (1930–1945) hunde sus raíces en el pasado. Es un hecho indiscutible que el *corpus* ideológico y ético del nazismo se construye a partir de una lectura sesgada e instrumental de determinados episodios de la historia. Podemos hablar de una traducción radical y absoluta del pasado (tanto el pasado alemán como aquel que no lo es) de todas aquellas civilizaciones que brillan en el imaginario colectivo de Occidente. Los nazis beben de la antigüedad clásica griega (Hitler decía que la nueva Alemania debería ser una armónica comunión entre el gusto por la belleza de los atenienses y el culto por la fuerza y la pureza racial de los espartanos), del espíritu de cruzada medieval (especialmente en el modelo de la Sacra Orden Teutónica) y del militarismo dominador prusiano, primero, y alemán, desde la unificación de 1870, más tarde.

Vemos como el recorrido histórico de los nazis es amplio. La ideología elaborada proyecta una identidad cultural historicista donde el cemento del edificio lo conforman el idealismo más radical de algunos filósofos alemanes y el determinismo darwinista criado a la sombra del positivismo extremo (hablamos de todos aquellos pensadores que medraron, desde el último tercio del siglo XIX, a la sombra de Spencer).

Examinada la identidad cultural, nos preocuparemos por dos aspectos básicos para entender porque esa identidad prende, arraiga y crece entre la ciudadanía alemana. Hablamos de dos realidades complementarias como son la propaganda y el arte. Realidades complementarias que tienen un papel determinante en dos momentos determinados:

- El crecimiento electoral e inmediato triunfo del NSDAP. Donde muestra su peso la propaganda; y
- El mantenimiento del poder. Donde el arte cumple un papel fundamental (aunque éste, cargado de implicaciones transcendentales innegables, no arrincone por completo a la propaganda).

Cerrando el trabajo colocaremos una bibliografía y una filmografía. Dejemos así la introducción, poniéndonos al lado de Gracian cuando afirmaba aquello de: lo bueno, si breve, etcétera.

IDENTIDAD CULTURAL NACIONAL SOCIALISTA. DIMENSIÓN HISTÓRICA: ESQUEMA COMENTADO.

El esquema aplicado en el curso de doctorado contempla dos dimensiones que son relevantes para entender el nacimiento y formación de determinada identidad cultural. Como señalamos en la introducción tan sólo abordaremos la *Dimensión Histórica*. Mas, antes de meternos en faena, consideramos necesario aclarar un aspecto importante. No estamos ante un esquema que pueda aplicarse en el transcurrir de una civilización, puesto que el nazismo viene a ser una desviación espuria de la identidad cultural alemana que afortunadamente no enraizó del todo (con ello no ignoramos los brotes nazis o fascistas que ha sufrido y sufre nuestro mundo desde aquellos tiempos, una amenaza permanente en una sociedad capitalista con formas democráticas burguesas). Por lo que se hace necesario aplicar el esquema de forma parcial y según un criterio eminentemente funcional. Aclarados los puntos dispongámonos a apuntar y comentar el esquema ya propuesto.

1.- FASE NUCLEAR.

En el nazismo no podemos hablar de una fase nuclear *sensu stricto*, mas podemos aplicar el esquema como el conjunto de principios en los que los nazis se amparan para configurar su *corpus* ideológico. He ahí uno de los pilares fundamentales para entender la identidad nacionalsocialista como una identidad radical, universalista y, especialmente, historicista, fijando su visión histórica en todos los aspectos depredadores de las civilizaciones pasadas, en una especie de traslación de la pirámide trófica al marco sociopolítico, resultado obvio de su lectura extrema del darwinismo positivista social criado a la sombra de Herbert Spencer y otros.

- **Dialéctica embrionaria. PARENTESCO / AFINIDAD.**

Aparece aquí el elemento nuclear de la ideología nazi: la raza. El ario se eleva como el vértice superior de la pirámide social después de un discurso que se remonta al último tercio del siglo XIX. Aspecto clave para entender el genocidio perpetrado durante la Segunda guerra mundial.

- **Dialéctica fetal: ECOLOGÍA Y CULTURA.**

En este apartado podemos señalar la gestación del ideal de la *Gran Alemania*, amparada en la teoría expansionista–aniquiladora del *espacio vital*. Aspecto clave para entender la agresividad y el militarismo nacionalsocialista que hundirá a Europa en la guerra.

- **Dialéctica perinatal de los oficios y las migraciones.**

No satisfechos con el origen mítico–escandinavo, los nazis elevan a la categoría de dogma el origen ario en el mítico pueblo pre–helénico de los dorios. Aspecto clave para entender el afán genealogista que invade Alemania, cuando el antepasado mítico no puede remontarse a un dios siempre se puede adoptar a un pueblo racialmente puro (*mitificación y mistificación* a partes iguales).

2.- FASE DE CRIANZA.

- **Dialéctica de la cohesión y la disidencia.**

La elevación de la raza a categoría absoluta también dinamita ese motor de la historia que es la lucha de clases. Los nazis continuamente apabullan al pueblo con mensajes que afirman la uniformidad social alemana, el orgullo inherente a todo ario, sin distinción social, económica o de género. Esa visión armónica del pueblo como todo racial armónico intenta ocultar las diferencias de fondo: sociales, económicas, políticas o de género. El nazismo se cría con la crisis, crece en el caos (en buena medida provocado por los propios nazis) y se desarrolla en un ambiente de falsa armonía hasta desembocar en el horror.

- **Identidades corporativas versus identidades culturales funcionales.**

Los esfuerzos del aparato estatal en manos de Hitler se dirigen a destruir este enfrentamiento. La vida del Reich es absoluta, absorbente y omnipresente. La organización social se ampara en la uniformidad. La propaganda (propaganda científica desde la Primera guerra mundial, propaganda que bombardea continuamente al pueblo de forma agresiva), como estructura comunicativa de primer orden, incluyendo el culto a la personalidad, es junto con el arte, mecanismo de identificación, el gran vehículo para asegurar la fidelidad del pueblo (obviamente dejamos de lado un aspecto básico, fundamental: la represión, medio que impone terror).

- **Estado y sociedad civil.**

La segunda debe obediencia y sumisión al primero, el Estado traducido en términos de patria: aquello que es

sagrado, que ha de amarse y defenderse hasta las últimas consecuencias. El Estado, además, también es un ente encarnado, el Estado llega a identificarse en la persona del Führer. El dominio ideológico nazi se enfrenta a toda posible competencia, caso de las religiones tradicionales (en especial el catolicismo, considerado como culto subordinado al Papa). Dentro de los círculos interiores nacionalsocialistas (especialmente entre los SS) se impondrá un culto de raíces paganas que debería extenderse a todos los alemanes cuando las circunstancias fueran propicias. Podemos hablar de un *misticismo valhaliano*.

3.- FASE CORPORAL.

Debido a que el Tercer Reich cayó en 1945 no hubo tiempo para que la obra se asentase con solidez, tan sólo quedó la larga pesadilla de los años treinta y primera mitad de los cuarenta. Por ello nos limitamos a examinar el primer apartado de esta fase.

3.1. Identidad cultural como identidad nacional.

Hablamos de un nacionalismo racial-universalista enfrentado a la pluralidad. Ese enfrentamiento no se entiende como un choque cultural sino como la traducción socio-política de la pirámide trófico-evolutiva. El propio Hitler llegó a declarar: si la Naturaleza es cruel, nosotros tenemos derecho a ser crueles.

LA PROPAGANDA NAZI. EL ADOCTRINAMIENTO CIENTÍFICO DE LAS MASAS

>>Si los hombres que quieren dirigir a los hombres simplemente se hicieran obedecer, no habría necesidad de propaganda>>. Con esta frase Guy Durain sienta de forma clara el principal objetivo que persigue la propaganda: modificar la conducta de las personas mediante la persuasión. Esa realidad llega al paroxismo en el siglo XX, la centuria de la propaganda científica, meditada sociológica y psicológicamente ya desde la *Grand Guerre*. El primer pico importante (podríamos hablar de auténtica ofensiva) lo hallamos en la Revolución Rusa y la inmediata guerra civil, pero es con los fascismos y, de manera especial, durante el nazismo, cuando la propaganda llega, en palabras del profesor Pizarroso, a la perfección totalitaria.

La propaganda nacionalsocialista tiene una naturaleza oral y visual, va más allá de la letra impresa, se ampara en la palabra comunicada a viva voz, los discursos de Hitler (memorizados, de larga duración y escenificados con sumo cuidado) emplean el *crescendo* y apelan al resentimiento, que puede contagiar a unas masas sensibles a la persuasión (con este fin se establece con precisión hasta el horario del mitin: las ocho de la tarde, según los psicólogos, la hora en que las personas son más fáciles de persuadir). La fuerza de la voz ya se afirma en *Mein Kampf*, pero a Hitler no le bastarán sus discursos, los amplios auditorios, las masas reunidas y enervadas no son suficientes. Los nazis recurren a dos medios nacidos en los últimos compases del siglo XIX pero que alcanzan su máximo auge durante el siglo XX: la radio y el cinematógrafo.

Si el avance electoral nazi se fragua en la acción propagandística de los escasos medios de prensa del NSDAP (caso del *Völkischer Beobachter*), el efectismo de sus carteles (con un hábil empleo de los eslóganes como dardos al inconsciente) y los discursos maratónicos de Hitler por toda Alemania; con la llegada al poder, la radio será el gran medio sonoro de propaganda destinada a las masas. No es fruto del azar o la improvisación el que los nazis centralicen las emisoras; esa preocupación por controlar el medio va acompañada de una política industrial alentada por el Estado para conseguir una construcción masiva de receptores económicos que puedan ser adquiridos a bajo precio por todos los alemanes. El esfuerzo será importante: si en 1939 la Italia fascista tiene poco más de un millón de receptores, Francia casi cinco millones y Gran Bretaña se acerca a los nueve, los nazis consiguieron sembrar Alemania con catorce millones de aparatos.

Las cifras no son menos importantes cuando examinamos el número de espectadores de las salas cinematográficas: doscientos cincuenta millones en 1933 y mil millones en 1942 (a pesar de la guerra). El cine no sólo es arte, a falta de televisión, las salas de cine ofrecen noticiarios y documentales con una fuerte carga propagandística. La industria cinematográfica (en especial la gigantesca compañía UFA, *Universum Film*

Aktiengesellschaft) también se controla con mano de hierro. Esa propaganda agresiva se combina hábilmente con un cine ligero y aséptico.

Tanto los nuevos medios de masas como los medios tradicionales, caso de la prensa, serán controlados de manera férrea y eficaz. A ello debemos sumar la habilidad política y organizativa del fiel ministro de propaganda de Hitler: Josef Goebbels (el único de los jerarcas nazis con formación universitaria: era doctor en filología). Basta contemplar la irracional y enconada resistencia del pueblo alemán, cuando el desastre bélico era inminente, para tener una prueba sólida de lo efectivo del mensaje propagandístico nazi, así como la hondura de su calado. No es una mera frivolidad este párrafo del profesor Pizarroso: >>Hitler había afirmado que el cine, junto con la radio y el automóvil habían hecho posible la victoria nazi>>.

EL ARTE NACIONALSOCIALISTA. EL PODER DEL SÍMBOLO

Examinar el arte a lo largo de las distintas civilizaciones que se suceden en el tiempo nos lleva a afirmar dos presupuestos fundamentales para seguir el desarrollo del análisis que tratamos de sentar en el presente capítulo.

El arte no sólo puede considerarse como materialización cultural, como una construcción que cumple un fin político, religioso y / o social y siempre, en último extremo, propagandístico, sino también estamos ante un fenómeno ideológico: la plasmación de un corpus intelectual y emocional que puede llenar la mente colectiva con determinados afectos, fobias y creencias, un conjunto, al fin, de valores que tienen su origen en la cúpula político-social de determinada tribu, polis, reino, imperio o Estado.

El arte no puede dar productos de impacto colectivo si no es apoyado por una elite que movilice los recursos necesarios para producir obras de impacto, con un sentido propagandístico, doctrinario y trascendental. No es una obra que se limite a satisfacer una necesidad material, sino que intenta llenar un vacío espiritual, darle un sentido a la colectividad. El arte es algo así como una prolongación de la religión que, al igual que esta, una vez se institucionaliza, sirve a los fines de la elite dominante.

El arte también es símbolo de identidad, en este aspecto lo consideran los nacionalsocialistas, que ven en él un aglutinador colectivo, como una realidad que rodea y da sentido al alemán, el arte (en clara continuación de la ideología pangermanista-prusiana) se ve como la materialización del *gueist*. Este arte exige encontrar unas raíces y éstas, obviamente, se buscan en la historia, en el pasado: la Clasicismo antiguo (en este caso tanto el griego como el romano), el Neoclasicismo prusiano de finales del siglo XVIII y primeros compases del siglo XIX y el Historicismo gótico y románico de la segunda mitad de esa centuria (estilo estrechamente ligado al nacionalismo de cada país, en clara reacción contra el cosmopolitismo de otras estéticas). Llegamos así al siglo XX, una centuria que trae una revolución estética y artística de primer orden, hablamos de ese cúmulo de movimientos artísticos reunidos bajo el apelativo de vanguardias. Este arte es eminentemente intelectual, a la postre se convertirá en un arte de elite. Tal transformación confunde a un público burgués que busca continuismo y seguridad. Los nacionalsocialistas construyen su teoría artística sobre esta realidad, atacan así a los vanguardistas (a los que califican de *degenerados*). Ese rechazo se extenderá a todas las artes.

LA PINTURA

El rechazo visceral a la vanguardia pictórica tendrá su máxima expresión en la Exposición de Arte Degenerado celebrada en 1937.

La guía estética de la pintura nacionalsocialista toma como modelos las artes pasadas, evitando la confusión, siendo lo más accesible posible al gran público. Un claro ejemplo es el género paisajístico (a través de dos figuras como los romántico Caspar David Friedrich y Philipp Otto Runge, artistas del primer tercio del siglo XIX). Al tiempo se rescata un axioma wagneriano que considera el arte como la representación viva de lo religioso. El segundo tema en importancia será el desnudo, la figura humana, el cuerpo ario, en suma

(auténtica paradoja del puritanismo nazi).

Los resultados de la pintura nacionalsocialista decepcionaron al propio Hitler (pintor mediocre y frustrado), los jerarcas nazis pondrán sus esperanzas en otras disciplinas que den a su estética mayor fuerza.

LA ESCULTURA

Arte con mejores perspectivas, la escultura nazi no presenta la fuerza del genio pero alcanza una mayor variedad temática, acompañada de una gran fuerza emocional y un desmedido efectismo. La pintura, dada la pobreza de resultados, no posee la misma fuerza de convicción. Expuesta en lugares públicos, casi siempre en una petulante comunión con la arquitectura, la escultura magnifica más el mensaje político colocada en los espacios de tránsito de los ciudadanos, logra llegar así hasta el público, sin que este tenga que acercarse hasta una galería para empaparse con el mensaje.

Las temáticas dominantes son dos: el desnudo (como los de la pintura, desnudos asexuados y sexuados a un tiempo) y la omnipresente águila de alas desplegadas posada sobre la esvástica. La fuerza emocional de la escultura aspira a convertirse en auténtico ideal ontológico, combinado con una máxima estética sustentada por el deseo de catarsis.

LA ARQUITECTURA

Hitler se veía a sí mismo como un artista, de todas las artes la música y la arquitectura son para él las artes supremas. Esa pasión por las edificaciones aparece ya en sus acuarelas y pinturas de juventud, todo lo colosal despertó su entusiasmo: el Coliseo, la Basílica de San Pedro o el Panteón. La arquitectura nazi se hace colosal, empuja al espectador para causar una admiración, ahí la máxima categoría del arte nazi. El sentido grandioso de la antigüedad clásica se adapta perfectamente.

La gran paradoja la encontramos al ver como junto con las formas arcaicas conviven los avances constructivos más modernos e innovadores, nos referimos al esfuerzo ingenieril desplegado para la masiva construcción de autopistas, obras elevadas a máximo símbolo de progreso.

El monumentalismo de los edificios oficiales se contraponen al estilo de las viviendas rurales y albergues juveniles del Partido, todos se levantan según un estilo autóctono y rural. Pero unos y otros serán edificios presididos por la uniformidad, una reiteración que cae en ritmos excesivamente repetitivos.

LA MÚSICA

De casi todos es conocida la afición de Hitler por la música. Su melomanía llega al delirio, en especial cuando se trata de las óperas de Richard Wagner. La música de la Alemania nazi tiene una temática doble y omnipresente: Wagner y las marchas militares. Esa instrumentalización del genio wagneriano hizo gran daño a la memoria del músico (se le acusaba de antisemita cuando en realidad ese era un ideal defendido por su última esposa), daño que, en el caso de Beethoven (también instrumentalizado por los nazis) no fue tan grave.

El historicismo es una constante en la música del Tercer Reich. Se interpreta la música de las grandes glorias del genio musical alemán (en batutas como la de un jovencísimo Herbert von Karajan, miembro temprano del NSDAP) y apenas se compone. La única excepción reseñable es Richard Strauss, para la posteridad quedó su genial composición *Así habló Zaratustra*.

EL CINE

Además de efectivo medio propagandístico, el cine, como arte, también tiene un componente estético innegable. En la tradición cinematográfica alemana, en época de Weimar, ya se vive una era dorada del cine,

tanto mudo (*El gabinete del Doctor Caligari* o *Nosferatu*) como sonoro (*El doctor Mabuse* o *El Ángel Azul*). Con los nazis en el poder, en cine se apuesta por la evasión, lejos del mensaje explícito de los noticiarios o los documentales, puesto que, con gran acierto, Goebbels, opinaba que la función escapista de las películas era también un efectivo instrumento de propaganda, al tiempo que inhibía cualquier propaganda adversa. Las películas producidas entre 1933 y 1944 sobrepasan el millar. De toda la producción citada tres cuartas partes de la misma la configuran: comedias, historias románticas, películas de aventuras, género policiaco y musicales.

Si la mediocridad comercial es una constante, en el cine documental tenemos dos hitos importantes que llegan a la categoría de obras maestras en su género (el arte, aunque a veces tenga una ideología monstruosa, no siempre da la espalda al genio), hablamos de: *Der triumph des Willens* (*El triunfo de la Voluntad*), sobre los *parteitag* (reuniones masivas del Partido, con discurso del Führer incluido) y *Olympia*, sobre los juegos olímpicos de Berlín celebrados en 1936; ambas películas son realizaciones de la controvertida Mary Riefenstahl (alumna aventajada del genial cineasta de etnia judía Fritz Lang, a quien Goebbels ofreció dirigir la industria cinematográfica alemana a pesar de su condición de judío).

BIBLIOGRAFÍA

- ADAM, Peter: El arte del Tercer Reich [*Tusquets*] Barcelona, 1992.
- BARRERA, Carlos: Al servicio del poder, en *La aventura de la Historia*, N ° 18, abril, 2000 (pp. 28–35).
- CANFORA, Luciano: "Ideología de los estudios clásicos". [*Akal*] Madrid, 1991.
- CHOROVER, Stephan L.: "Del Génesis al genocidio. La sociología en cuestión". [*Blume*] Madrid, 1982.
- DURAIN, Guy: La mentira en la propaganda política y en la publicidad [*Piados*] Barcelona, 1983.
- FAYE, Jean–Pierre: Los lenguajes totalitarios [*Taurus*] Madrid, 1974 (pp. 21–23; 47–70; 131–140; 301–356 y 709–818)
- HITLER, Adolf. "Mi lucha". Segovia, 1935.
- JOHNA GOLDHAGEN, Daniel. "Los verdugos voluntarios de Hitler. Los alemanes corrientes y el Holocausto" [*Taurus*] Madrid, 1997 (pp. 51–173, 371–460, 575–577).
- JULIANO, María Dolores. "Cultura popular"; en *Cuadernos de Antropología*, Barcelona, marzo de 1986.
- MAALOUF, Amin: Identidades asesinas [*Alianza*] Madrid, 2001 (2ª edición).
- PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: Historia de la propaganda. Notas para un estudio de la propaganda política y de guerra [*Eudema*] Madrid, 1993 (2ª edición).
- POLIAKOF, León. "Auschwitz: documentos y testimonios del genocidio nazi" [*Orbis*] Barcelona, 1985.
- TERNON, Yves / HELMAN, Sócrates. "Historia de la medicina SS o el mito del racismo biológico" [*Fomento Cultural de Ediciones*] Valencia, 1971.
- VV. AA. "Polonia. Así comenzó la tragedia"; en *Historia 16*. Madrid, 1989 (pp. 13–98).

FILMOGRAFÍA

- *De Nuremberg a Nuremberg*. (Francia), cap. III.
- *La arquitectura del Tercer Reich* (Alemania). Incluye la filmación propagandista nazi *EL ETERNO JUDÍO*. Película producida en 1940.

Aunque el NSDAP naciera en 1921, estamos ante un partido que llega a las masas tras la crisis de 1929.

Los romanos, como latinos que son, no suponen un modelo sólido en el culto racial y extremo de los nazis, aunque éstos sí les reconocían un mérito a esos latinos: la destrucción y aniquilación de Cartago, el poder

fenicio en el Mediterráneo occidental, esto es, una potencia semita de la antigüedad.

El propio Hitler, como observamos en la portada del presente trabajo, se hará retratar con la armadura blanca de los caballeros teutones en una mezcla entre delirio místico-esquizoide y tramoya wagneriana.

DURAIN, Guy: La mentira en la propaganda política y en la publicidad [*Paidós*] Barcelona, 1983.

PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: Historia de la propaganda. Notas para un estudio de la propaganda política y de guerra [*Eudema*] Madrid, 1993 (2ª edición)

PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: Historia de la propaganda. Notas para un estudio de la propaganda política y de guerra [*Eudema*] Madrid, 1993 (2ª edición, p. 344)