

PROPAGANDA DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL: UN PARTE AGUAS HISTÓRICO.

Clave de Registro: CIN2012A40152

Escuela de Procedencia: Escuela Preparatoria Tomás Alva Edison

Jorge Luis González Cruz.

Asesores: Mara Arellano Arjona.

Luis Arturo Ramírez Cruz

Área de Conocimiento: Humanidades y Artes

Disciplina: Historia Universal

Tipo de Investigación: Documental

México, D.F. a 10 de Febrero de 2013.



Resumen

La Segunda Guerra Mundial se ha convertido en el conflicto más controversial de la historia, pues fue caracterizado por el gran número de muertes y atrocidades que los países participantes realizaron; sin embargo, un aspecto al que no se le ha dado gran relevancia es a la participación de la sociedad dentro del conflicto, pues ésta no solamente se activó como benefactor económico en apoyo a los soldados, sino que además participó fuertemente en cualquier acción que, antes, durante o después de las batallas ayudara a sus países de origen. Para incentivar dicha participación se desarrolló el uso y el manejo de la propaganda.

El inicio del uso de la propaganda en conflictos bélicos, comenzó durante la Primera Guerra Mundial, sin embargo fue hasta la Segunda, cuando la sociedad fue realmente influida por ésta, las naciones con el paso del tiempo al ver que la guerra se prolongaba y los recursos escaseaban; aumentaron la difusión propagandística motivando a los civiles para unirse; posteriormente se incentivó el ideal nacionalista y el rechazo a las naciones enemigas.

Ahora bien, los países desarrollaron estos ideales en carteles con características, símbolos y elementos excelentemente estudiados y dirigidos que lograron una gran respuesta de la población, lo que dio como resultado un cambio o incluso el triunfo. El presente trabajo analizará los carteles más representativos, según nuestro criterio, que elaboraron tanto los países Aliados como los del Eje, y que motivaron la movilización de las diversas poblaciones, durante el conflicto.

Summary

Second World War has become one of the most controversial conflicts in human history because of the big number of deaths and atrocities caused by the involved countries, nevertheless, one of the big aspects that has not been taken in account is the social participation during this conflict. Society does not only turned into an economy benefactor for soldier's support, but also it strongly participated in any action before, during and after the battles by supporting their origin country. The use, the development and the suitable handling of propaganda was the principal element that made society got involved in the worldwide conflict.



During First World War, the use of propaganda began developing, although it was until the Second World War when society was truly influenced by this. Over the years, when countries realized war was extending in time and resources began to scarce, the diffusion of all kind of propaganda increased, including the motivation of society to become part of the war, but after using it for encouraging the nationalist idealistic and the rejection of enemy countries.

But these ideals developed countries in posters with features, symbols and elements studied, targeted excellently achieved a great response from the population, resulting in a change or even the win. This paper will analyze the most representative posters, from both Allies and Axis, and that led to the mobilization of the various populations, during the conflict.

Introducción

La Segunda Guerra Mundial es uno de los mayores conflictos de la historia, en ella no sólo participaron soldados, sino también se implementaron las primeras luchas propagandísticas. Una de esas batallas la protagonizaron los carteles, es por eso que en este trabajo se quiere mostrar qué tanto influyeron dichas publicaciones para que los ciudadanos normales tuvieran una intensa influencia en el conflicto. Para ello se analizarán estructuralmente varios de los carteles más significativos, tanto de los Aliados como de los países del Eje, para de esa manera, identificar y determinar dicha influencia.

Prácticamente se saben o conocen las causas, consecuencias, hechos acontecidos y países involucrados, durante la 2ª Guerra Mundial, pero poco se ha analizado cuál fue el rol que jugó la sociedad de manera consiente en el conflicto y cómo fue que ésta comenzó a involucrarse en el mismo. Para ello es importante entender que la propaganda jugó un papel muy relevante, ya que por este medio se atrajo la atención de la sociedad, logrando la participación activa de ésta durante el conflicto.

Lo anterior se logrará analizando una serie de carteles que se consideran como los más significativos, tanto de los Aliados como de los países del Eje. De esta forma se identificarán los



elementos utilizados por dichos países para convencer a la población de ofrecer su apoyo. Asimismo, se señalarán cuáles de ellos fueron los que más influyeron a la sociedad.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Identificar y determinar, a través de un análisis estructural, el impacto que la propaganda de los carteles, tanto de los Aliados como de los países del Eje, tuvieron en la sociedad durante la Segunda Guerra Mundial.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer y analizar los carteles más significativos mostrado por los Aliados, durante la Segunda Guerra Mundial.
- Conocer y analizar los carteles más significativos mostrados por los países del Eje, durante la Segunda Guerra Mundial.
- Determinar, a través de los análisis efectuados a las propagandas anteriores, el impacto de éstas sobre la población existente durante la Segunda Guerra Mundial.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Día a día estamos en contacto directo con la propaganda, ésta pretende convencernos de diversas doctrinas y acciones, así como influir en el comportamiento y pensamiento que tenemos en la sociedad.

Sin embargo, la gran relevancia de hablar sobre la influencia de la propaganda, específicamente en la Segunda Guerra Mundial, es comprender que fue el primer conflicto bélico donde el hombre logró captar completamente el gran beneficio de ésta, además es darle un mayor significado pues al entender cómo influyó en la sociedad de la época, se logrará concebir que ella no sólo figuró durante la Segunda Guerra Mundial, sino que fue un parte aguas para los



hombres, que a partir de entonces aprendieron, entendieron y utilizaron la propaganda como medio de influencia a las masas.

Por otra parte, este trabajo, al explicar los elementos y las características de la propaganda vertida en los carteles, ayudará a juzgar si éstos constituyeron una de las razones por la que la población participó en la guerra activamente, lo que finalmente nos brindará el poder entender el porqué de la participación colectiva dentro del conflicto fue exitosa.

METODOLOGÍA

En el desarrollo de este trabajo, se realizará con investigación documental, en libros de historia y propaganda, que nos otorguen un enfoque sobre el conflicto en general y nos proporcionen los elementos necesarios para el análisis de la misma; artículos sobre análisis de carteles; tesis que abarquen el tema y carteles impresos; archivos audiovisuales que nos permitan determinar los carteles más importantes y páginas de internet donde se encontrarán información sobre los carteles. Se hablará también con historiadores para que nos otorguen su opinión al respecto de la propaganda durante el gran conflicto de la Segunda Guerra Mundial.

Para el análisis propagandístico se examinarán cinco características, las cuales son: el texto, el color utilizado, la imagen y su propósito, la tipografía en la frase, así como la figura en general.

INVESTIGACIÓN

La propaganda se define como "Herramienta de la promoción que sirve para dar a conocer, por una parte, doctrinas, ideas y puntos de vista; y por otra, información referente a una organización, sus productos, servicios y/o políticas. Todo ello, con la finalidad de atraer adeptos" (Thompson, 2006, párr. 1).

A pesar de que la idea de la propaganda impresa en carteles en conflictos inició durante la Primera Guerra Mundial, no fue hasta la Segunda en la que realmente se entendió y se aprovechó el poder de la propaganda impresa y se le otorgó un uso excelso.



- Propaganda de los países del eje.

Los países del Eje fue la unión de tres países altamente capacitados que contaban con los mismo intereses y objetivos, primeramente, Alemania pensando en una Guerra futura se alió con Italia en Mayo de 1939, país que le era altamente afín pues no solamente sus gobernantes congeniaban muy bien, sino que también los ideales eran muy similares; alianza donde se comprometían a apoyarse mutuamente tanto política o militarmente en caso de un conflicto bélico. Años más tarde y en los inicios de la Guerra, durante el mes de Septiembre de 1940 el <<Eje Roma-Berlín>>, extendería su alianza a un eje tripartito al unirse otro País, este era Japón, que contaba con las misma ambiciones, de y así se creó el <<Eje Roma-Berlín-Tokio>>, eje que años más tarde pretendería apoderarse de tierras muy valiosas. (Santony Mckay, 2006, pp. 245-246)

Los objetivos, del ahora llamado Eje Roma-Berlín-Tokio, eran cortos pero complicados, una de las intenciones era disuadir a Estados Unidos de participar en el conflicto, iniciado a raíz de la declaración de guerra por parte Francia e Inglaterra hacia Alemania después de invadir Polonia, otro era adquirir mayor territorio así como obtener más aliados, crear una raza pura, (pues eran elitistas y discriminadores), y por su puesto extender su ideología por el mundo. (Santon y Mckay, 2006, p. 246; Borejsza, 2002, p.388)

Si bien es cierto que como Países del Eje se conoce principalmente a Italia, Japón y claramente a Alemania. Estas tres delegaciones compartían una visión similar, por razones político-socialistas durante la época, pues, los tres contaban con un Estado Totalitario¹, basado, principalmente en el Fascismo, que era una doctrina que se oponía al comunismo pero no se consideraba capitalista, además buscaba mantener el orden de una manera agresiva y fuerte, basándose especialmente en la obediencia, respeto y disciplina de la población. (Ganeri, Martel, Williams, 2004, pp. 200 y 201)

¹ Estados Creados posteriormente de la Crisis económica de 1929, al darle mayor control y apertura al Poder ejecutivo



Para los Países del Eje, la propaganda tomó un verdadero sentido estratégico, después de que en la Primera Guerra Mundial los países entendieran la importancia y trascendencia que puede llegar a tomar este medio, para la Segunda Guerra Mundial, los países, principalmente los de Eje, se preparaban para la Guerra propagandística y así convencer por este medio a la población de su participación durante la guerra.

Así que, durante la Segunda Guerra Mundial se dio un uso continuo de la propaganda, entendiendo a ésta como un arma poderosa, sobre todo después del fracaso alemán durante la guerra de 1914. De esta manera los países del eje, especialmente los alemanes con Hitler se preocuparon, incluso antes del inicio del conflicto, por crear un cargo en su gobierno exclusivamente dedicado a la propaganda del partido, el cual se dedicó a motivar a los jóvenes para seguir la ideología del país, aliarse militarmente para el estado e incentivar el pensamiento nacionalista. (Curros, 2010, párr. 21)

Es así que la intensión de la propaganda no sólo era llegar al cerebro, era pertenecer y tocar los sentimientos de la población que la observaba; este medio se centraba en un tipo de mensaje emocional que se dirigía, sobre todo, a un público poco educado políticamente, susceptible de interiorizar la emoción y no la razón (Curros, 2010, párr. 23-25)

De esta forma Hitler desarrolló un sistema capaz de proveer beneficios antes, durante y después de su campaña y la guerra, por ello es que la propaganda alemana y en general la de los países del Eje se dividieron en diversas categorías², dependiendo de sus características, pues toma diferentes interpretaciones, ya que cuenta con muchos objetivos.

La primera interpretación se le podría otorga a la propaganda alemana, sería el político, otra estaría en el deseo de mostrar a una Alemania como la tierra perfecta, gracias al recién integrado nazismo.

² Un ejemplo de estas categorías son los carteles dirigidos a reclutar soldados, o a fomentar el nacionalismo



Figura 1 (Taringa,



En la figura 1 observamos un típico cartel Alemán en el cual se puede leer el mensaje <<Danzig ist deutsch>> que significa <<Danzing (ciudad Polaca) es Alemán>>.

Los colores aquí mostrados abarcan diferentes tonalidades de rojo, que van desde el marrón hasta el color magenta. Los colores rojizos significaban agresividad, guerra, agresión y excitación. El color marrón está plasmado en el escudo para representar el nacionalsocialismo Alemán, pues fue el color elegido por Hitler para representar a su partido. (González, 2011, p. 43)

En la imagen se intenta plasmar que el futuro adecuado es representado por los nazis, ésta muestra un rayo de luz que cae del cielo hacia la ciudad, lo que significa que son la salvación. Es por ello que el escudo del partido está exaltado y por encima del territorio, mostrando superioridad e intentando ser objetivo apelando con la gente e incrementando el impacto que tienen sobre la imagen.

El texto de ésta demuestra una frase concisa y directa capaz de convencer a la sociedad y como se puede observar, la letra es estilizada y agresiva al ser tan cuadrada. (Heller, 2010, pp. 65, 66, 265, 266)

Una vez iniciada la guerra, la propaganda alemana se enfocó en hacer valer y demostrar que los valientes combatientes estaban defendiendo a su patria y los ideales de la misma y no como se pensaba en otros países, que atentaban contra el equilibrio mundial.

Figura 2 (Taringa, 2009, párr. 11)



El segundo cartel tiene como texto las frases <<Harte Zeiten Harte Pflichten Harte Herzen>> que significan <<Tiempos difíciles, deberes duros, corazones duros >>, refiriéndolo como momentos difíciles en la nación.



Por su parte, el color es representativo de la propaganda Alemana, la bandera es del color rojo ya que mostraba un color esencial para la nación; sin embargo, como el negro representa peligro y lo prohibido, además representa el control y la justicia, por su parte la sociedad está vestida en su gran mayoría de color gris, color que en la época eran una gran tendencia al igual que ejecuta la acción de resaltar la bandera.

En la imagen se observa a ciudadanos preparados para defender a su bandera y perseguirla hasta donde sea, los trabajadores cuentan con una imagen de agresividad, valentía y fuerza; de la misma manera, detrás de ellos se encuentra una muchedumbre que los apoya, otorgándoles armas caseras y motivándolos para la batalla.

La tipografía es típica de la propaganda alemana donde las letras no son estilizadas, creando una idea menos impactante, ya que no atrae la atención del público.

Por otra parte, cuando parte de una imagen está recortada de manera correcta se puede llegar a percibir con un tamaño mayor y así generar mayor impacto, como es el caso de la bandera. De la misma forma la exaltación de las personas crea un impacto de valentía y un diseño gráfico expresivo influye en la actitud de los espectadores.

Para continuar justificando y explicando a la población sobre la Guerra los países del Eje principalmente los alemanes tomaron una posición radical en la guerra propagandística, culpando a los judíos y a los Aliados por el origen del conflicto. En la figura 3 se ejemplifica lo anterior.

Figura 3 (Owen, 2005, p. 90)



En el texto leemos <<Detrás de los Aliados están los Judíos>> tratando de explicar que los Aliados apoyan a este grupo social y que por ello debe ser atacados.



La mayoría de los colores en el cartel está representado por las banderas de los Aliados, sin embargo en el texto la frase referente a los judíos es de color amarillo, color que representa perfectamente al grupo de los Judíos, pues, durante el S.XII se les discriminaba por contar con sombreros amarillos que les caracterizaban, lo que propiciaba no solamente el rechazo social sino cultural, este rechazo fue replanteado en el siglo XX, donde de nuevo a los judíos se les discriminó con éste color, también fue en la época cuando se obligó a éste grupo social a portar una estrella de David dorada entre sus ropas como símbolo característico. (Heller, 2010, p. 95)

En la imagen se observa a un judío, delante del personaje vemos las banderas de los tres más importantes países Aliados en forma de cortina intentando ocultar al judío. De la misma forma, al judío se le dan características típicas de la cultura, como la vestimenta y se le identifica con el collar y se le otorgan una serie de tipologías agresivas y repulsivas; para que al espectador le parezca negativa la imagen del personaje.

La tipografía es característica de los carteles Alemanes, en esta ocasión se intensifica la palabra <<Judío>>, centrando inmediatamente la atención en el personaje.

Por su parte, los demás países influidos por la ideología de los países del Eje, también participaron con propaganda, los italianos y los japoneses desarrollaron las estrategias en sus propios países, además pretendían influir en algunas colonias de los aliados, las cuales iniciaron con una propaganda en contra de sus países colonizadores, invitando a su propia población a independizarse. (Owen, 2005, p. 102)

Figura 4 (Taringa, 2009, párr. 27)



El cartel de la figura 4 es sencillo, muestra a una división específica del ejército italiano. En el cartel leemos <<División Litorio. El símbolo de que las legiones fascistas de la antigua Roma marchan y símbolo de la



república socialista de Italia>> simplemente representa uno de los ideales de su gobernante Benito Mussolini, quien deseaba volver a formar la Roma que fundó el imperio muchos años antes; en general la propaganda Italiana sólo mostraba características del ejército.

Los colores verdes son tradicionales de la vestimenta militar, sin embargo los colores claros en el fondo, además de realizar un efecto de intensidad centra el interés en la imagen.

Dentro del gráfico se llegan a observar a dos militares en medio de un combate luchando por su nación, en la expresión facial se percibe agresión y fuerza.

La tipografía es estilizada en la parte superior, marcando un gran impacto al utilizar una frase corta y específica; pero por lo contrario el texto inferior pasa desapercibido, aunque con el recuadro en color negro se pretendía atraer al espectador, el uso de frases largas y un tamaño de fuente tan pequeño no lograba el objetivo.

- Propaganda de Los Aliados.

El término "aliados" como hoy lo conocemos fue creado en la Declaración de las Naciones Unidas en 1942, a finales de la guerra y es referido a todas aquellas potencias militares declaradas oficialmente opuestas a los países del Eje durante la guerra y que desde el inicio marcaron la mayoría en cantidad y calidad, factores que sin duda otorgaron su victoria. En este primer acto de la insipiente ONU, no sólo firmaron los Aliados más importantes como Gran Bretaña, Inglaterra, la URSS o Estados Unidos, sino que, dentro de los 26 países se encontraban patrias anteriormente ocupadas por el Eje o algunas otras influenciadas por Estados Unidos o Gran Bretaña. (Ocaña, 2003, párr. 4)

La historia de los Aliados es un poco complicada, desde el inicio contaron con una participación activa pues Francia e Inglaterra fueron los encargados de declararle la guerra a Alemania después de que éste último ocupara Polonia. Tiempo después, Alemania ocupó Francia, por lo que los "Aliados" se desmoronaba, Inglaterra sólo era salvada de la invasión por su condición de Isla. (Santon y Mckay, 2006, p. 239)



Tiempo después Alemania rompió un pacto con la Unión de Repúblicas Soviéticas, Socialista, URSS, atacándola directamente en la Operación Barbaroja, por lo que la Unión Soviética se unió a los Aliados e incluso atacó militarmente a los alemanes, defendiendo a Inglaterra.

Aunque Estados Unidos en un inicio se declaró neutral y con el paso del tiempo otorgó ciertos privilegios a los países, existía una pseudoimplicación militar, pues la marina norteamericana colaboraba con la marina real de Inglaterra en los combates marítimos; sin embargo, después de que se atacara a un buque del país Americano, el presidente Roosevelt ordenó atacar a todo buque del Eje, uniéndose libremente a los Aliados. (Owen, 2005, p. 247)

Con este grupo adecuadamente formado y con la ayuda de China en el asiático, la victoria fue inminente, primero Italia se rindió al verse rodeada por los Aliados; Alemania aceptó la derrota después de que Japón se apartara de la batalla, por el ataque a Pearl Harbor, de esta manera después de casi seis años los Aliados se coronaron como los vencedores.

Los Aliados contaban con una percepción de la propaganda muy distinta a la de los países del Eje, a diferencia de estos últimos, los Aliados no prepararon su participación dentro del conflicto con anterioridad, no contaban con ideas ni situaciones propagandísticas, lo que en definitiva fue una ventaja para sus oponentes.

Durante la guerra, las percepciones de propaganda eran distintas en cada nación, sin embargo, los Aliados compartían una idea clara, deseaban mostrar al enemigo como un monstruo al que se debía atacar unidos, por eso es que en sus carteles lo caracterizaron con rasgos odiosos; además incluían emociones vitales para cualquier ser humano, como el cuidado de la familia, es decir, se definía al enemigo como capaz de atacar a la familia directamente y dañarla, por eso lo enseñaban con cierta maldad y colocaban a la población como inocente y débil; aunque por otra parte, al momento de ilustrar a los soldados y personas que luchaban, los representaban con heroísmo y cierta valentía, capaces de exterminar al enemigo; así mismo se convocó a la población en general a apoyar al ejército en diversas maneras para que así los llamados "héroes" consiguieran la victoria. (Departamento de Geografía e Historia del IES, 2008)



Con el paso del tiempo, todo cambió para los Aliados, primero Estados Unidos entró de lleno al conflicto, incluso se embaucó en la pelea propagandística con el propósito de mejorar la calidad de sus promocionales...

"Los americanos crearon entonces dos agencias oficiales de propaganda: la Office of War Information (OWI) y la Office of Strategic Service (OSS). La OWI se encargaba de distribuir información en territorio americano y extranjero. La OSS, por su parte, estaba encargada de conducir la <<guerra psicológica>> contra el enemigo y transformar la propaganda en lo que se deseaba." (Curros y Nuno, 2010, párr. 14)

Por su parte, el sistema en la URRS se sofisticó, se había creado ya un departamento especializado en la propaganda de la nación, encargado de mantener la imagen del comunismo engrandecida, contrarrestando la idea que deseaba plasmar Alemania, de esta manera la propaganda soviética se convirtió en un arte y tiempo después el gobernante de la nación se ilustraba en la gran mayoría de los carteles que fueron producidos en exceso. (Gutiérrez, 2012, párr. 10)

Pero a Inglaterra se le debe considerar como el país con la propaganda más importante de la guerra, ya que marcó la base muchos años atrás, para ella las publicaciones impresas se consideraba el "Cuarto poder", además en el transcurso del conflicto la Corporación de Radiodifusión Británica (BBC) de Londres marcó un parte aguas como medio comunicador de las noticias y discursos de los mandatarios. (Briggs y Burke, 2002, p. 218)

Para entender la percepción propagandística mostrada por este bando, es necesario analizarla desde sus inicios, entendiendo lo que se pretendía "vender" y la manera con la que se hacía. Como todos sabemos, la mayoría de los carteles se dirigía a la población, sin embargo los Aliados desarrollaron un sistema de espionaje, convenciendo a los ciudadanos mantenerse callados.



Figura 5 (Martínez, 2009, párr. 15)



En la Figura 5, se ejemplifica perfectamente esta teoría, en el cartel se puede entender <<Decir [secretos] a un amigo, puede significar decirlo al enemigo>> (Martínez, 2009, párr. 15), solicitaban a la población completa discreción sobre lo que se enteraba, pues podían ser traicionados.

La combinación de los colores genera una sensación de alarma, generalmente la combinación de cualquier color claro con el rojo incita esta impresión, casi siempre la combinación de cualquier color oscuro con el blanco genera una sensación de alarma (González, 2011, p. 46).

En el mismo cartel las personas son ciudadanos del tipo americano, pero al llegar al último recuadro la persona final comparte características físicas con los alemanes, en los recuadros de color blanco las personas que hablan son mujeres y en los cuadros de color rojo hay hombres y mujeres, por lo que se llega a pensar que el rojo es una atribución a la bandera Nazi y los hombres representan a los soldados que pelearon o pelearán en la guerra.

La tipografía es del tipo característico de los carteles utilizados en esa etapa de la historia, donde no solamente se pretende mostrar un texto entendible sino que además se busca dar énfasis a lo necesario. En la figura 1 se coloca énfasis en los cuadros de color rojo pero sobretodo en la palabra enemigo; en los cuadros de color blanco la letra es en un menor tamaño y en cursiva, lo que otorga una sensación de menor impacto y peligro, básicamente lo que se pretende enfatizar es el no confiar en nadie y el marcar el rojo (color característico del nazismo) como negativo.

Figura 6 (Guerra, 2010, párr. 07)



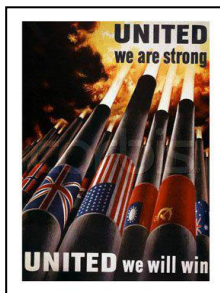
El colocar las formas en cuadros encontrados, provoca visualmente una sensación de alerta y además obliga a leer en orden el texto. (Gonzalez, 2011, p. 23)



Por otro lado, la propaganda Aliada se dirigía a la población a través de los sentimientos, mostrando a la familia el peligro que ésta corría. Esto percibido en la Figura 6 donde se puede leer <<No dejes que la sombra los toque, compra bonos de guerra>>, jugando con los sentimientos de la sociedad.

Los colores en esta propaganda no son tan trascendentales, sin embargo, la característica especial es el color de la sombra, donde presentan el símbolo Nazi de color oscuro, que representa la maldad y lo negativo así como lo peligroso.

Figura 7 (Rommel, 2012, párr. 04)



Se observan tres niños jugando en un parque verde, representando el lugar ideal para jugar y metafóricamente refiriéndose a Estados Unidos y la sombra simula el peligro por parte de los países del Eje, se ocupan infantes ya que son la futura generación estadounidense.

En la misma imagen los tres menores tienen características especiales, el mayor de los infantes protege a los otros mostrando la valentía estadounidense y en sus manos posee un avión marcando un ejemplo de algún empresario dedicado a la aviación (industria que recién progresaba durante ese tiempo); el segundo de los niños carga una bandera, integrando el nacionalismo pero sobre todo representando a los ciudadanos capaces de defender y dar la vida por su bandera y país; la tercera de las menores cuenta con un muñeco en sus manos identificándose como la futura madre que será.

Dentro del mismo cartel se observa una topografía muy similar a todos los carteles anteriores, la cursiva en la palabra comprar (buy) realiza un efecto de suavidad ante esa palabra, el amarillo representaba Interés o alegría.



En otro tipo de carteles propagandísticos, los Aliados unieron sus características individuales y crearon una imagen de ataque hacia los países del eje.

En ese tipo de propaganda, los Aliados se muestran unidos y capaces de derrocar a oponentes, por lo regular se encuentran las banderas de las naciones que intentaban acabar con Hitler e incluso en algunos se le ataca a él mismo.

En el cartel de la figura 7 creado por Estados Unidos se lee <<Unidos somos fuertes, unidos ganaremos>>, donde se pretende una unión para lograr el objetivo

El cartel es oscuro en su mayoría, pero de las armas sale una luz blanca y potente capaz de romper con la nube negra, que representa al enemigo a la maldad y a la muerte. La luz en el cielo al romper la nube negra es amarilla y brillante lo que representa la salvación y la divinidad, el amarillo puede convertirse en fuerza o en esperanza. (Heller, 2010, p. 148)

Dentro del cartel se observan armas de destrucción con cada una de las banderas de los países más importantes de los Aliados así como de algunas colonias de estos países; por otra parte, todos los cañones señalan e irradian una luz al cielo, que rompe con una nube negra en el cielo.

La letra dentro de la frase es clara y la idea es concisa y corta, desarrollando el objetivo claramente, de la misma forma, como es clásico en la propaganda Norteamericana se resaltan palabras, en este caso se subraya la palabra Unidos <<United>> y con esto otorgar fuerza al objetivo.

Las armas se encuentran en posición diagonal no solamente para tener una mejor apreciación de la imagen sino que además debemos recordar que la posición en diagonal genera un aspecto dinámico (González, 2011, p. 26).

Así también los Aliados se encargaron de propiciar en la población una oportunidad de ingreso a las diversas fuerzas de los países, en estos carteles se mostraba a los participantes con cierto toque de valentía y fuerza, capaces de enfrentar a cualquier enemigo con tal de defender su patria.



La singularidad de estos anuncios radicó en que no solamente solicitaban el ingreso de hombres, sino también de mujeres, quienes sólo pocos años atrás habían buscado sus derechos.

Sin duda, en esta categoría entran carteles famosos como los del tío Sam que solicitaba a los estadounidenses unirse a las fuerzas y combatir por su país; enmarcado en un fondo blanco que buscaba representar la pureza y tranquilidad y vestido con los colores típicos de la bandera (González, 2011, p. 55) se observaba la agresión en su mirada y la necesidad de exigir apoyo; situación que ocurrió exitosamente.

Figura 8 (Guerra, 2010, párr. 9)



En la figura con el número 8 se lee “Nosotras podemos hacerlo”. Se establece una emoción y motivación, además se encuentra dirigido especialmente a las mujeres.

El fondo de la imagen es amarilla, representando la luz, alegría y motivación, además el color es atractivo a la vista y se conoce como un color para las mujeres (Heller, 2010, p. 86), la vestimenta es típica de la bandera norteamericana con los colores rojo, azul y blanco.

En la imagen se observa a una mujer americana diciendo textualmente una frase en una posición aguerrida la cual introduce a la reflexión de que las féminas son igualmente fuertes que los soldados, quienes participan activamente.

La tipografía es distinta a todos los carteles estadounidenses, en esta propaganda se le otorga énfasis a toda la frase, todo corresponde a un mismo tamaño y fuente, solamente está ubicado el texto en una posición y el mensaje se encuentra claramente desarrollado.

Por otro lado, una forma identificable como lo es una mujer le otorga al cartel un mayor valor significativo, de igual manera, el tener una imagen por encima del texto centra la atención en la imagen pero sin dejar de lado el texto. (Gonzalez, 2011, p. 30)



Resultados: Participación de la población gracias a la propaganda.

Una vez terminada la guerra no se podían observar los costos y las consecuencias que había dejado ésta, pues fue una conflagración total, los problemas económicos eran lógicos, sin embargo los problemas sociales perturbaron a las naciones participantes.

La población fue participe de la guerra, eso es evidente, así como se muestra en la tabla 1, ubicada en la sección de anexos, de la población total fallecida en muchos países, principalmente en los líderes de los bloques, fue superior el número de muertes de civiles que de los soldados y militares (Ocaña, 2003, párr. 1),

Algo que no se puede negar es la movilización de los pueblos, la situación interna de la sociedad de cualquier país durante los conflictos, era diferente de acuerdo a las circunstancias en las que se encontraban viviendo. La propaganda hizo su cometido, movilizar y motivar a los ciudadanos a participar; la manera y la respuesta dependían de cada país.

Con los Aliados la situación fue adecuada, sin embargo hubo algunos territorios en los que la movilización fue masiva y se trabajó por defender el territorio.

En Gran Bretaña las movilizaciones se realizaron de manera más concientizada teniendo orden y diferentes perspectivas, por ejemplo para el verano de 1944 el 55% de los ingleses ya formaba parte de las fuerzas de su país, o se establecían en una tarea dentro de los trabajos de guerra como civiles apoyando directamente a los que combatían. (Spielvogel, 2010, p.862)

Durante la guerra los ingleses pusieron énfasis en la planificación económica, tanto de su población como de su territorio, con lo cual esperaban no tener problemas alimenticios ni entrar en crisis, para ello aumentaron la producción de armamento y se crearon ministerios que controlaban la energía, todo con civiles.

Asimismo, el gobierno británico implementó varios sistemas donde se buscaba la participación general y como demuestra la nota siguiente se logró...



El gobierno alentó una campaña denominada "Cava para la victoria" con objeto de incrementar la producción de alimentos. Los campos que eran reservados para eventos atléticos fueron entregados a los ciudadanos para hacer huertos a través de la campaña "Cultiva tu propia comida" [...] Muchos Británicos invirtieron su tiempo libre en las labores de guerra para los programas como "Cava por la Victoria", la Defensa Civil o La Guardia de la patria, fundada para evitar invasiones alemanas e incluso se esperaba que los ancianos ayudaran en sus casas con fabricaciones de partes de avión. (Spielvogel, 2010, p. 863)

Al contrario de los ingleses los soviéticos estaban realmente lastimados durante la Guerra, los ataques alemanes dañaron severamente su situación económica, las empresas fueron destruidas y no se podía evitar entrar en una crisis. Sin embargo, la población participó en la llamada "nueva revolución industrial" en la cual los trabajadores dormían en trincheras y se ocupaban de re-establecer las empresas e iniciar la producción de armamento. (Spielvogel, 2010, p. 863)

A los campesinos además de ser la fuerza básica del país y ser la base de los soldados durante la guerra, se les solicitó que tuvieran cargas de alimentos y cosechas de hasta un 60% más, la propaganda trabajó duro y reactivó el nacionalismo entre la población capaz de convertirlos en salvadores de su territorio.

En Estados Unidos la situación era completamente distinta, primero, porque su territorio no estaba dentro de la zona real de conflicto, además nunca sufrió atentados directos por parte de ningún país, pero fue la nación que más activó su propaganda tanto interna como externa, lo que además de atraer beneficios económicos y de progreso, originaron problemas sociales, miles de personas atacaron a los japoneses que radicaban en la costa oeste y les obligaron a jurar lealtad al país americano. Por otra parte, la propaganda de reclutamiento tuvo gran éxito, 16 millones de personas se alistaron en el ejército y otras 16 se dedicaron a trabajos de servicio en ayuda de los militares, miles de afroamericanos se inscribieron en las tropas a pesar de las complicaciones que esto implicaba y el sentimiento nacionalista creció aún más dentro de la población. (Spielvogel, 2010, p.864)



Para los países del Eje la situación fue completamente distinta, al inicio de la guerra los Alemanes motivaban a los soldados ya establecidos dentro del conflicto, confiaban en que la victoria era segura, por lo que se negó a realizar propaganda de admisión, ni permitir un trabajo excesivo de armamento; sin embargo la situación cambió cuando con el paso del tiempo la derrota fue cada vez más clara y cuando Adolfo Hitler deseó conseguir población para el ejército, así como acelerar la producción de armamento, ya era demasiado tarde.

En Japón la situación era muy cultural, dentro de la propaganda se inició la implementación de un sistema en el que se solicitaba el deber por ser capaz de otorgar todos tus bienes e incluso tu vida por defender al emperador y el territorio, incluso se solicitaban jóvenes para misiones suicidas en avionetas, la población nipona era atraída por una propaganda que no rescataba el nacionalismo, sino que pedía la entrega total por el territorio.

Una de las tantas trascendencias sociales y que es de las más comentadas en el conflicto, es la participación de la mujer durante la guerra, para ambos bloques, al inicio las féminas no eran realmente necesarias ni consideradas, pero con el paso de los años y los grandes desplazamientos del conflicto, éstas se convirtieron en piezas esenciales del tablero.

De esa manera, para 1944 en Gran Bretaña casi el 50% de las mujeres ocupaban un puesto en el servicio civil y el número de personas con este sexo se multiplicó en el mundo agrario, es más, la mayoría de las mujeres menores de 40 años fueron llamadas para realizar alguna clase de trabajo relacionado con la guerra. Por su parte la URSS, aumentó su tasa de empleo para las mujeres en un 60%, en ese país las mujeres colaboraban en la industria y agricultura, cavando zanjas o advirtiendo sobre ataques aéreos, sin embargo éste fue el único país en instalar mujeres como combatientes, dentro del conflicto se colocaba a las soviéticas como francotiradoras o en tripulantes aéreas. (Spielvogel, 2010, p. 864)

Para los países del eje, específicamente Alemania, la participación de las mujeres activamente tuvo que ser necesaria, al verse acabamos y con la derrota cercana, incluso publicaban "Vemos a las mujeres como las eternas madres de nuestro pueblo, pero también como las camaradas de los hombres en el trabajo y la guerra" (Koonz, C, 1977, p. 466). Así se les otorgó empleo en fábricas,



comercio y servicio doméstico.

Fue así, como gracias a la propaganda los países pudieron convocar a la población para participar de manera directa o indirecta pero activamente en la guerra.

CONCLUSIONES

La participación de la población, durante la 2ª Guerra Mundial, sí está directamente relacionada con la propaganda y su difusión, independientemente de los sentimientos que un ciudadano puede contener a su país, sin la propaganda no habría vínculo entre el gobierno y sociedad, pues éste es quien necesita a las personas y ellas son las que quieren ayudarlo a él.

La propaganda tiene un fin claro que es adoctrinar e impulsar, por ello es capaz de modificar e involucrarse dentro de la mente para que seas convencido completamente por un ideal.

Existen diversos tipos de propaganda, si la correcta es empleada en el momento adecuado con la población indicada, se tendrá una respuesta positiva a lo que se trata de instruir.

Gracias a la propaganda, sobre todo a la de los carteles, la población de la época se informó, y al estar informada con los datos que el estado deseaba, ésta pudo contribuir a la defensa de su territorio. Sin la propaganda la participación ciudadana hubiese sido poca o nula.

Específicamente los carteles jugaron un papel primordial en el conflicto, pues en éstos se exaltaban sentimientos de los cuales, en muchos casos, dependía el mantenimiento o rendición de un país, es decir, gracias a estas imágenes los ciudadanos defendían sus ideales o atacaban a sus enemigos. La propaganda benefició al gobierno pues por su influencia los habitantes ayudaron en diversos sentidos, no sólo desarrollando trabajos de guerra, sino también difundieron ideología de boca en boca

La propaganda, principalmente la de los carteles, se encargó de aumentar el nacionalismo así como la motivación por ayudar, defender o pelear por su territorio, asimismo fue la encargada de



crear rencores contra diversas culturas externas, rencores que incluso en nuestros días siguen vigentes.

Actualmente estamos todo el tiempo enfrentados a propagandas de todo tipo, pues el gobierno, sobre todo al momento de hacer campañas políticas, desea convencernos de "algo" y para ello se basan en diversos recursos, entre ellos los carteles, donde no solamente se muestran personas u objetos atractivos, sino que además exponen ideas que pretenden convencernos de adoptar sus posturas, cambiar nuestra forma de pensar y re-hacernos el pensamiento para que como individuos, seamos aceptes de hacer o pensar lo que proponen.

Hoy el estado simplemente no podría seguir sin la propaganda, pues es un arma necesaria, y el medio que tiene para logra dar a conocer sus ideales, ganarse adeptos y en muchos casos legitimar sus acción, funciones que se pudieron constatar durante la 2ª Guerra Mundial.



REFERENCIAS

Borejsza, J.W. (2002). *La escalada del odio, movimientos sociales y fascistas en Europa, 1919-1945*. España: Siglo XXI

Briggs, A. y Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet, una historia social de los medios de comunicación*. Colombia: Taurus

Curros, O. (2010). "Propaganda de Guerra" *Ati.es*. Recuperado el 11 de enero de 2012, de <http://www.ati.es/spip.php?article161>

Definición.de. (2008). "Sociedad" *Definición.de*. Recuperado el 14 de diciembre de 2012, de <http://definicion.de/sociedad/>

Departamento de geografía e historia del IES (productor). (2008). *Propaganda y Guerras del Siglo XX*. (video). Toledo: Entresiglos.

Ganeri, A. Martel, M. Williams, B. (2004). *Historia del Mundo*. Reino Unido: Parragon

González, G. (2011). *Psicología del color aplicada a la publicidad*. México: Master Digital. (Tesis)

Guerra, D. (2010). "La Propaganda Aliada en la II Guerra Mundial" *obviousmag.org* Recuperado el 10 de enero del 2013, de http://obviousmag.org/archives/2010/02/a_propaganda_aliada_na_ii_guerra_mundial.html

Gutiérrez, R. (2012). "El arte de Persuasión" *Freekmagazine.com* Recuperado el 16 de noviembre de 2012, de <http://freekmagazine.com/2012/05/17/el-arte-de-la-persuasion/>

Heller, E. (2010). *Psicología del Color*. España: Editorial Gustavo Grill



Laso, L. y Medina, M. (2010). "Una mentira repetida mil veces se transforma en verdad" *Scrib.com*. Recuperado el 26 de enero de 2013, de <http://es.scribd.com/doc/32767796/La-Propaganda-en-La-II-Guerra-Mundial>

Koonz, C. (1977). *Becoming visible: Women in European history*. Boston: Claudia Koonz editorial.

Martínez, A. (2009). "Hoy se cumplen 70 años del inicio de la Segunda Guerra Mundial" *webzine21.com* Recuperado el 10 de enero de 2013, de <http://webzine21.com/2009/09/01/hoy-se-cumplen-70-anos-del-inicio-de-la-segunda-guerra-mundial/>

Ocaña, J. (2003) "Número de Fallecidos durante la Segunda Guerra Mundial" *historiasiglo20.org* Recuperado el 15 de enero de 2013, de <http://www.historiasiglo20.org/ESTADIS/muertos1939-1945.htm>

Owen, B, Walton, J. (2005). *Historia Ilustrada de la Segunda Guerra Mundial*. Madrid: Diana

Real Academia de la Lengua Española. (2009). *Rae.es*. Recuperado el 14 de octubre de 2012, de <http://lema.rae.es/drae>

Rommel, E. (2011). "Carteles con propaganda Aliada (Cuarta parte)" *lasegundaguerra.com*. Recuperado el 26 de enero de 2013, de <http://www.lasegundaguerra.com/viewtopic.php?f=41&t=11358>

S/a (2009) "Propaganda Segunda Guerra Mundial" *Taringa.net*. Recuperado el 18 de noviembre de 2012, de http://www.taringa.net/posts/imagenes/5534609/Propaganda-segunda-guerra-mundial-_Megapost_.html

Santon, K. McKay, L. (2006). *Atlas de Historia del Mundo*. Reino Unido: Parragon

Spielvogel, J. (2010). *Historia Universal Civilización de Occidente*. México: Cengage Learning



Thompson, J. (2006). "Definición de Propaganda" *Promonegocios.net*. Recuperado el 14 de octubre de 2012, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/propaganda-definicion.html>

Anexos:

País	Militares	Civiles	Total
URRS	12.000.000	17.000.000	29.000.000
Polonia	597.000	5.860.000	6.270.000
Alemania	3.250.000	2.440.000	5.690.000
Yugoslavia	305.000	1.350.000	1.660.000
Rumania	450.000	465.000	915.000
Hungría	200.000	600.000	800.000
Francia	245.000	350.000	595.000
Italia	380.000	153.000	533.000
Reino Unido	403.000	92.700	495.000
EEUU	407.000	6.000	413.000
Checoslovaquia	7.000	315.000	322.000
Países Bajos	13.700	236.000	249.000
Grecia	19.000	140.000	159.000
Bélgica	76.000	23.000	99.000

Tabla 1. Número de muertes durante la Guerra por nación. (Ocaña, 2003, párr. 1)

