

# iscte

INSTITUTO  
UNIVERSITÁRIO  
DE LISBOA

---

## **Ecós del Tercer Reich: Reflexiones estéticas sobre la instrumentalización cuerpo femenino**

Isabela Vargas Jimenez (86021)

*Mestrado em Estudos Internacionais*

Orientador:

Dr. Pedro Figueiredo Neto, Professor Auxiliar Convidado  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Novembro, 2020

## **Ecos del Tercer Reich: Reflexiones estéticas sobre la instrumentalización cuerpo femenino**

Isabela Vargas Jimenez (86021)

*Mestrado* em Estudos Internacionais

Orientador:

Dr. Pedro Figueiredo Neto, Professor Auxiliar Convidado,  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Novembro, 2020

Acknowledgements: This thesis was a challenge for me. Even in the last moments, it felt almost impossible that I could complete it. I could have not done this without the patience and knowledge from my tutor, Pedro. Then, I will forever thank Daniela. Without her patience, empathy and support, the adventure that implied a two years master in Portugal, would have not be possible. Last, my mother. Her strength, perseverance and support will always inspire me.

Isabela

## Resumo

Este projeto de dissertação reflete sobre a instrumentalização dos corpos sobretudo o corpo feminino, na Alemanha nazi (1933 - 1945). Essa análise será feita através de determinados elementos visuais como o cinema de Leni Riefenstahl e o design gráfico das revistas Bund Deutscher Mädel (BDM), examinando-os como elementos-chave de propaganda e normalização dos discursos e ações do Terceiro Reich. A atenção à dimensão estética como recurso para moldar e doutrinar a sociedade durante a construção da ideia de nação do estado totalitário é um dos pontos de abordagem deste documento. A reflexão parte da questão: de que forma certas ideologias e ideais estéticos moldam a mente e o corpo da sociedade? Na verdade, veremos como a estetização pode camuflar e ajudar a normalizar de ações violentas e discurso de ódio.

O legado do Terceiro Reich, ao nível discursivo e estético permanece até agora. Quantas histórias distópicas parecem ter inspiração em acontecimentos reais? A análise e identificação de determinados valores estéticos, que idealizaram e normalizaram os corpos através da propaganda e artes visuais, permitem refletir sobre os ecos desse regime, transcendendo no tempo e evidentes na ficção e realidade contemporânea.

Palavras-chave: normalização, estado totalitário, propaganda, nazismo



## **Abstract**

This dissertation project reflects on the instrumentalization of bodies, especially the female body, in Nazi Germany (1933 - 1945). This analysis will be done through certain visual elements such as Leni Riefenstahl's cinema and the graphic design of the Bund Deutscher Mädel (BDM) magazines, examining them as key elements of propaganda and normalization of the Third Reich's speeches and actions. Attention to the aesthetic dimension as a resource to shape and indoctrinate society during the construction of the nation's idea of the totalitarian state is one of the points of approach in this document. The reflection starts from the question: how do certain ideologies and aesthetic ideals shape the mind and body of society? In fact, we will see how aesthetics can camouflage and help normalize violent actions and hate speech.

The legacy of the Third Reich, at the discursive and aesthetic level, remains until now. How many dystopian stories seem to be inspired by real events? The analysis and identification of certain aesthetic values, which idealized and normalized bodies through advertising and visual arts, allow us to reflect on the echoes of this regime, transcending time and evident in fiction and contemporary reality.

Keywords: normalization, totalitarian state, propaganda, nazism

## ÍNDICE GENERAL

<b>Prólogo</b>	<b>viii</b>
<b>Introducción</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1. Estética y repetición</b>	<b>10</b>
1.1 Propaganda y el estado totalitario	
1.2 El cuerpo y la mujer del Tercer Reich	
<b>Capítulo 2. El cuerpo femenino en el Cinema &amp; Diseño Gráfico del Tercer Reich</b>	<b>38</b>
2.1 Cuerpos ilustrados: Persuasión a través de la imagen estática	
2.2 Cuerpos animados: Propaganda de la imagen en movimiento	
<b>Capítulo 3. Ecos del Tercer Reich: Ficciones y realidades disyuntivas</b>	<b>62</b>
3.1 Ficciones: La profecía auto cumplida de 'The Handmaid's Tale'	
3.2 Realidades: Las 'feminazis'	
<b>Conclusiones</b>	<b>81</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>84</b>

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Insatiable	3
Figura 2. Winterhilfswerk . A People Helps Itself	4
Figura 3. Volk und Rasse Magazine. The terrible results of a woman drunkard	6
Figura 4. Unknown Artist.The inferior multiply more than the healthy population	6
Figura 5. Sitzendes Mädchen	12
Figura 6. Bocetos esvástica	12
Figura 7. Templo budista y. Tian Than Buddha en Monasterio Po Linn.	17
Figura 8. Águila gigante	18
Figura 9. Insignias nazi	20
Figura 10. Dieter Hellstrom de Inglorious Bastardz.	21
Figura 11. Posters propagandísticos del Tercer Reich	23
Figura 12. Venus de Willendorf y Venus de Milo	27
Figura 13. Portadas de revista Neues Volk	29
Figura 14. Portada Frauen Warte	30
Figura 15. Josef Thorak “Deutscher Mann und deutsche Frau	32
Figura 16. Ilustraciones de Paul Richer Morphologie: la femme	34
Figura 17. Escultura mujer por Fritz Klimsch	35
Figura 18. Escultura Venus de Milo y fotografía de Gertrud Scholtz-Klink	36
Figura 19. Das Deutsche Madel y Olympia	39
Figura 20. Poster de promoción para la BDM	40
Figura 21. Diseño de uniformes para la BDM	42
Figura 22. Imágenes rutina obligatoria de ejercicios del libro de mano Madel in dienft	43
Figura 23. Material gráfico Das deutsche Mädels	45
Figura 24. Material gráfico Das deutsche Mädels	46
Figura 26. Extractos revista mensual BDM	47
Figura 27. Extractos revista BDM	48
Figura 28. Lion King	52
Figura 29. Triumph of Will	52
Figura 30. Star Wars Force Awakens	53
Figura 31. Star Wars Episode IV: A New Hope	53
Figura 32. Triumph of Will	53
Figura 33. Olympia Poster	55

Figura 34. Fotogramas Olympia 1	56
Figura 35. Fotogramas Olympia 1	58
Figura 36. Fotogramas Olympia 2	59
Figura 37. Fotogramas Olympia 2	61
Figura 38. Poster The Handmaid's Tale	63
Figura 40. Diseño de vestuario para The Handmaids Tale	65
Figura 41. Escena Birth Day	69
Figura 42. Slovak Prime Minister Igor Matovic with President Zuzana Caputova	71
Figura 43. Offred. "Washington"	71
Figura 44. Manifestación de Golden Dawn y símbolo de mano para referenciar a la SS	73
Figura 45. Manifestación neonazis en frente de instalación "He Will Not Divide US"	73
Figura 46. Manifestación Racism	74
Figura 47. Protesta "epidemia fascista"	76
Figura 48. Protesta contra la violencia machista	77
Figura 49. Movilización social en Chile.	78
Figura 50. Mon Laferte en los Grammy Latino	78
Figura 51. Leni Riefhstal y Adolf Hitler	79
Figura 52. Melania Trump	79

## **Acrónimos**

BDM - Bund Deutscher Madel: Liga Femenina de chicas

KKK - Kinder, Küche, Kircher: "Niños, cocina e iglesia"

NSDAP -Nationalsozialistische Deutsche Arbeiter Partei Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán

SS - Schutzstaffel: Escuadras de Protección

SS-Helferin - "Asistenta de las SS"

“Art is powerful, and therefore dangerous. Poetry, drama, music, painting, dance, all stir up our emotions. All of the arts move people powerfully. They can strongly influence our behavior, and even our character.”

Dr. David Clowney. Aesthetics Blog<sup>1</sup>. Rowan University (n.d)

---

<sup>1</sup> [http://users.rowan.edu/~clowney/Aesthetics/philos\\_artists\\_onart/plato.htm](http://users.rowan.edu/~clowney/Aesthetics/philos_artists_onart/plato.htm)

## Prólogo

Quisiera dar orden a mis ideas escribiendo en primera persona. Sabía que para poder atravesar el reto académico que implica una tesis de maestría tenía que explorar un tema que me apasionara y que además pudiera relacionarlo con algo que ya conocía. Lo mejor era escribir sobre algo que hubiese llegado a mí desde el impacto visual o mejor aún de alguna experiencia propia:

Llegué a la versión del 2017 para Hulu de *Handmaid 's Tale*, una serie inspirada en la novela de Margaret Atwood de 1985. Me impactó la violencia de las imágenes, pero en particular la estetización a la que fue sometida la sociedad de Gilead para disfrazar la violencia. La idea de un disfraz, para estetizar acciones violentas y discursos de odio me hizo pensar que esta ficción tenía referentes de la realidad y que uno de esos es la teatralidad en la que se puede sumergir un estado para justificar acciones. El futuro distópico de *The Handmaids Tale*, es como una sociedad disfrazada de normalidad. Los habitantes recorren las calles con sus nuevos vestuarios con actitud de “Aquí no ha pasado”, la violencia no solo se disfraza con propaganda también se esconde detrás de estandarizaciones del lenguaje, vestuario, colores, símbolos, frases, posturas corporales, etc. Me encontré reflexionando sobre la posibilidad de instrumentalizar la dimensión estética en pro del estado ¿Puede el estado decirme como me tengo que vestir o como tengo que hablar? ¿Cómo se instrumentalizan las artes visuales para que una sociedad obedezca? ¿Hemos visto algo así antes? ¿Estamos viviendo algo así ahora?

Pensé en casos de la realidad y la ficción en donde el estado acudió a dispositivos visuales para alimentar y normalizar ideas en la sociedad. Se moldea la mente de quienes lo habitan, pero también se preocupa por lo tangible: el cuerpo. Nunca había relacionado el cuerpo a la teatralidad de un estado totalitario; tampoco había pensado en él como un instrumento inmediato del estado, al final, descubrí que la curiosidad no estaba en el uso de las artes visuales para el adoctrinamiento de la sociedad, sino en la capacidad del estado para doblegar y entrenar a los cuerpos en su individualidad con la ayuda de estas. El miedo es la base del estado totalitario, pero la herramienta de control principal, para mí, es la normalización.

El cuerpo doblegado y normalizado ante el estado, se adapta a la última parte del proceso de escritura de esta disertación. Siento que me enfrente a esa sensación de doblegarme y normalizarme gracias a una infestación de chinches. Los chinches son una de las plagas más difíciles de erradicar,

puesto que pueden vivir en cualquier material, reproducirse a una velocidad alarmante y vivir mucho tiempo dentro de tu casa sin que te enteres de que están ahí. Son bichos diminutos y se esconden en cualquier lugar, cama, sofá, cocina, computadores, libros, etc. Se te pegan a la ropa y viajan contigo para al final asentarse en tu casa. Se alimentan de ti, y no es posible enterarse hasta que es demasiado tarde. La mejor forma de librarse de ellos es dejando todo atrás y empezando desde cero, pero no sin antes atravesar un proceso de normalización de nuevos hábitos.

En el mes y medio que duró la infestación, me adapté a ellos, a la sensación de omnipresencia y a la idea de miedo que ellos representan. Me sentía vigilada. Probablemente me vigilaron durante todo el proceso de escritura de esta disertación, pero solo me percaté de su presencia al finalizar el segundo capítulo. Comencé a preguntarme si esta era la sensación de omnipresencia que puede lograr un estado totalitario, y la aprehensión que generaba cada acción realizada en casa, cualquier cosa era una oportunidad para ellos de castigarme. Cuando creía que ya no estaban más, alguno decidía darse una vuelta por mis paredes y me recordaba “sigo aquí”. El contagio de terror que traen estos bichos me llevó a pensar cosas casi imposibles como que los tenía escondidos en el cabello y en las orejas, una pesadilla. Si alguien me hubiera dicho que tenía la cura definitiva o la solución 100% garantizada le habría creído y habría hecho todo lo que me pidieran. Tiene sentido que, como Hannah Arendt dijo en *Origins of Totalitarianism*, el miedo sea la base de un estado totalitario. El miedo ¿a qué? Cada estado totalitario lo decide. En mi caso, los chinches eran el estado que me vigilaba y me controlaba desde dentro de mi hogar, mi miedo era hacia ese estado. Yo como ciudadana de aquella República de los chinches, al final opté por el exilio.

Al final los chinches me obligaron a cambiar mi forma de ver y habitar el mundo, así como el estado de Gilead que enseñaba que estaba bien y que estaba mal; mi cuerpo se adaptó a otra estética y hábitos, gracias a ellos decidí vestirme diferente, lavo las suelas de mis zapatos con alcohol, guardo todo en cajas plásticas, normalice los hábitos de cuando vivía en su estado. Por último, aprendí que debo caminar por la acera contraria a donde están los basureros para poder evitarlos. ¿Se imaginan un estado que decida que lo mejor es caminar por la derecha o por la izquierda? porque yo sí.





## Introducción

“Today Mr. Huxley says that his fictional world of horror is probably just around the corner for all of us.”

Mike Wallace interview with Aldous Huxley.

¿Cuántas historias distópicas parecen estar inspiradas en la realidad? En producciones cinematográficas como *The Handmaid 's Tale* (1986), *V from Vendetta* (2005), *Children of Men* (2006), etc. El estado totalitario es el resultado de una pandemia, una crisis económica, un aumento en la infertilidad o una guerra. Lo que sucedió en Alemania como resultado de la crisis económica que dejó la Primera Guerra Mundial se le conoce como Tercer Reich (1933 - 1945). En este proyecto de disertación busco reflexionar sobre la Alemania nazi como un estado totalitario que doblega los cuerpos de los ciudadanos e infesta, a través del componente visual, con discursos de odio. A diferencia de otros estados fascistas como la dictadura de Franco en España, Mussolini en Italia, o Salazar en Portugal, la Alemania nazi no es solo recordada para discursos y acciones de odio que sino también por el uso repetitivo de colores y símbolos, una estrategia visual contundente. ¿En qué medida la normalización de la violencia del Tercer Reich fue ayudada por el despliegue estético del estado? La normalización de un discurso de odio no llega a la sociedad de forma abrupta sino sigilosa, por medio de un enemigo (e.j: el judío), una frase (e.j. Heil Hitler), un símbolo (esvástica), una mezcla de colores (rojo, negro, blanco). Todo es un proceso en el que todas sus partes alteran el resultado, un encantamiento visual. La estética del Tercer Reich es el punto de partida de esta disertación, para mí el estímulo visual es tan importante como el mensaje que se envía a través de él. Por esto que el gran plano general de este texto, es la reflexión sobre el uso de las artes visuales para el adoctrinamiento de la sociedad en la propaganda del estado totalitario, y en particular la instrumentalización del cuerpo femenino para legitimar ideas de superioridad racial. Sumergirse dentro del universo estético de la propaganda nazi fue como el enfrentamiento de Hercules con la Hidra de Lerna: la propaganda nazi tiene muchas cabezas, cuando cortas una, nace otra: el diseño gráfico, la arquitectura, cinematografía, escultura, pintura, música, la radio, los discursos, la danza etc. En este proyecto intentaré abordar aquellas que considere más dicientes en cuanto a la representación de los cuerpos femenino y su instrumentalización política, ideológica, etc. En *Hitler Furies*, Wendy Lower dice que “nadie se convirtió en nazi de un día para otro, para esta conversión fue necesario el adoctrinamiento” (2013:42) Esta metamorfosis fue llevada a cabo a partir de decisiones políticas y estrategias de comunicación pensadas para influenciar la mente de la sociedad alemana. En los estados totalitarios, el tirano con su

egomanía imagina un mundo ideal para sus creencias políticas, influencia la sociedad y la sumerge en un deseo de pertenencia y servidumbre a ese estado. El adoctrinamiento subrepticio del Tercer Reich consistía en la metodología de la “repetición estética y discursiva” con el fin de unir la nación y institucionalizar el partido Nacional Socialista como lo que se considera una marca, la marca nazi (O’Shaughnessy. 2009:63) La ideología nazi dentro de su dimensión visual ya tenía determinada su propia estética para las mujeres:

“La ideología de Volk<sup>2</sup> tenía su propia estética femenina... Según esta ideología, la belleza era el producto de una dieta sana y el atletismo, no la cosmética. Las mujeres y niñas alemanas no deben pintarse las uñas, afeitarse las cejas, usar lápiz labial, teñirse el cabello o ser demasiado delgadas ... El brillo natural de una mujer joven debe irradiar el ejercicio físico, da vida al aire libre y, en su forma más alta de embarazo “(Lower. 2013:29)

La ideología nazi encuentra una propuesta en el texto Mein Kampf (Mi lucha) de Adolf Hitler, donde describe a el pueblo alemán como descendiente directo de una raza superior mientras que al pueblo judío como la raza inferior que debe ser erradicada para evitar la desdicha del país. En el punto número 4 de los 25 Puntos del Partido Obrero Alemán<sup>3</sup> menciona la necesidad de la Alemania nazi por proclamarse superior:

“Nadie, salvo los miembros de la nación, podrá ser ciudadano del Estado. Nadie, salvo aquellos por cuyas venas circula sangre alemana, sea cual sea su credo religioso, podrá ser miembro de la nación. Por consiguiente, ningún judío será miembro de la nación.”  
(Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán [NSDAP] 1920)

Adolf Hitler plantearía conceptos nacionalistas relacionados con la ‘sangre alemana’ como un elemento de la supremacía racial ‘aria’ y ‘obediente’, lo repetiría fielmente en las piezas de propaganda. Para lograrlo sería necesaria la ‘limpieza’ de aquello que según el credo nazi estaba degenerando a la sociedad alemana. Como una ficción, en la que se programa la mente humana para categorizar las cosas buenas de las cosas malas, las que le hacen daño a una sociedad y las que no.

---

<sup>2</sup> Völkisch (de la palabra alemana volk, que significa «pueblo» o «gente») es una palabra de difícil traducción 2 que tiene las connotaciones de «folklórico» y «populista». De acuerdo al historiador James Webb, el término está asociado o tiene connotaciones de «nación» «tribu» y «raza»

<sup>3</sup> (25-Punkte-Programm)

Desde 1933 y hasta 1945 se programó la mente de muchos para categorizar lo que no pertenecía al concepto 'ario' como algo que está fuera de su lugar y que implicaría la destrucción de la raza (Douglas, 1966) Para categorizar, se puede decir que la propaganda nazi se concentró en exponer antónimos visuales, usando líneas gráficas específicas para lo que se consideraría "bueno" y "malo". Primero está el antagonismo de los judíos. El villano principal de la ficción del Tercer Reich, la mayoría de la propaganda antisemita se especializó en ilustrar al judío con características demoniacas y monstruosas, algo que inspirara terror. Como menciona H. Arendt en *Origins of Totalitarianism*: "Terror continues to be used by totalitarian regimes even when its psychological aims are achieved: its real horror is that it reigns over a completely subdued population" (1951:344) El estado a través de la propaganda nazi normaliza aquel antagonismo, pero además incluye rechazo a otras categorías, como se puede ver a continuación:



Figura 1. Portada del tabloide alemán Der Stürmer 'El atacante' (Octubre 1934) Título de caricatura: 'Insaciable' La leyenda de la caricatura: "Lejos de que los judíos esclavicen a un solo pueblo. Su objetivo es devorar al mundo entero" con el slogan al final de la página 'Los judíos son nuestra desgracia'. Traducción del archivo de propaganda alemana de la universidad de Calvin.

Habiendo encontrado a quienes representan lo negativo en la ficción del Tercer Reich, era necesario definir quienes representan lo positivo. Desde el Segundo Reich, la idea de la "raza superior" ya comenzaba a ser aceptada "una raza o nación más fuerte, tenía el derecho natural de dominar o incluso exterminar a las naciones más débiles en la lucha general por la supervivencia" (Eltig 1995:103). La historia de esta ficción narra el esfuerzo de la Alemania nazi por preservar la pureza física y moral de la familia alemana. En este punto la propaganda se especializa en profundizar el temor a la 'degeneración' y además a exaltar la pureza, los rasgos físicos, la salud y la presencia de los arios. Para

preservar esto, el estado emprende una cruzada para exterminar a quienes eran considerados inferiores, una higienización. .



Figura 2. Nazi poster Winterhilfswerk. “¡Una nación se ayuda a sí misma! Trabajo de Socorro de Invierno - ¡Un pueblo se ayuda a sí mismo!” (1933) Propaganda sobre familia aria ideal, un padre presente y una madre fértil rodeada de hijos, le acompañan símbolos pertenencia al régimen. Extraído del Archivo de Propaganda Alemana de la Universidad de Calvin.

El deseo de higienización racial explica el enfoque eugenista del estado nazi, y como el deseo de purificar, preservar o mejorar la raza justifica los dispositivos legales como las leyes de Núremberg o la continua propaganda antisemita. El pensamiento eugenésico del Tercer Reich categoriza la raza aria como una superior y “limpia”, resaltando la “grandeza” de la nación alemana. Se fundamenta en posturas científicas como el Darwinismo social, que propone: “Los miembros débiles de las sociedades

civilizadas propagan su especie" (Darwin. 1871:162). Con este tipo de pensamientos se sustenta la serie de políticas que dieron pie a la intervención de los cuerpos de la sociedad, la categorización social de raza inferior y raza superior permitió legitimar desde esterilizaciones colectivas hasta asesinatos en masa. El estado encuentra un espacio para decidir quien vive y quién muere, apoyado en la propaganda que distribuye sistemáticamente mensajes sobre quienes representan un riesgo y por consiguiente deben ser eliminados para mantener a la sociedad. Las leyes de eugenesia nazi vigilaban la genética de los cuerpos, por tanto tendrá espacio para vigilar el cuerpo de la población femenina y adaptarlo para que contribuya en la higienización racial. Tener hijos se convirtió en un deber ciudadano, se premiaba con reconocimientos como la Cruz de Honor de la Madre Alemana y se criminaliza el aborto para mujeres alemanas, pero se incluyen leyes que legitiman esterilizaciones masivas evitar la reproducción de quienes eran considerados inferiores. Los cánones de belleza o fealdad distribuidos por las artes visuales durante el Tercer Reich, fueron una herramienta importante para normalizar estas categorías y exaltar el sentimiento de pertenencia del ciudadano a la comunidad (Anderson, 1983). Estas formas en las que el estado busca controlar el cuerpo como Biopolítica (Foucault, 1966), en este estado totalitario el dirigente nazi no se ocupó solo del control del territorio alemán sino del cuerpo de los ciudadanos que lo habitaban, esta invasión del estado en el cuerpo será clave para reflexionar sobre la instrumentalización del cuerpo femenino. En este proyecto reflexionaré sobre la estética bajo la cual se instrumentalizó la mujer nazi, teniendo en cuenta las ideas de supremacía racial acompañadas de una estética que anesthesiaba la nación.

Este proyecto reflexionará sobre las representaciones estéticas de la mujer dentro del estado totalitario. Por ejemplo, en algunas piezas de propaganda eugenista se representa a una mujer que no entra dentro de los cánones de belleza expuestos en la Figura 2 Winterhilfswerk poster. En la Figura 3 se expone una extraída de la revista Volk und Rasse donde se explica el resultado de herencia genética de una mujer alcohólica: "A lo largo de 83 años tuvo 894 descendientes, de los cuales 40 eran indigentes, 67 criminales, 7 asesinos, 181 prostitutas y 142 mendigos. "436 (alrededor del 50%) fueron asociales y causaron 5 millones de marcas de daño". Después en la Figura 4 se comparan dos tipos de mujeres bajo el título de "la población inferior se multiplica rápidamente, incluso más que el enemigo".



Figura 3. Título : "Los terribles resultados de una mujer borracha". (Volk und Rasse Magazine, 1936)



Figura 4. Ilustración con el título " los inferiores se multiplican más rápido que a población saludable"

(1926)



Autoras como Gisela Bock y Wendy Lower (2013) han descrito a la mujer nazi como dominada por el régimen, pero sin embargo con un papel activo dentro de la sociedad. Puedo intuir que la mujer adulta fue un dispositivo en las dimensiones estéticas del Tercer Reich, puesto que al hacerse con su papel de madre se convierte en una herramienta del estado. De la madre se espera un ejercicio de transmisión de genética pura y de información aprobada por el régimen hacia sus hijos. Este proyecto de disertación intenta reflexionar sobre la estética nazi y en especial aquella que instrumentaliza el cuerpo femenino por esto analizaré material visual para influenciar e inspirar niñas a ser 'mujeres ideales', grupos élite del del estado como la Liga de Chicas Alemanas (Bund Deutscher Mädel, BDM).

Mi contribución con este proyecto, ante tantos estudios que ya se han escrito sobre el Tercer Reich, será analizar la instrumentalización del cuerpo femenino en el régimen a través de este tipo de contradicciones del discurso presentes en las artes visuales. Dentro del marco de la maestría de Estudios Internacionales busco llamar la atención sobre la dimensión estética como herramienta para moldear y adoctrinar a la sociedad durante la construcción de la idea de nación de un estado totalitario. Mi reflexión, nace de la pregunta ¿cómo los ideales estéticos moldean la mente y el cuerpo de la sociedad en beneficio del estado? Como metodología del proyecto, utilizaré la comparación disyuntiva y analizaré el emisor, el mensaje significativo y los códigos de imágenes de archivo de la revista propagandística *Das Deutsche Mädel*, escenas del documental *Olympia* de Leni Riefenstahl y escenas de *The Handmaid's Tale*. Teniendo en cuenta los conceptos que se plantean desde la teoría de la percepción de la Gestalt, el concepto de la normalidad y lo degenerado a la hora de identificar las tendencias gráficas y las consideraciones que marcaron el concepto de lo bello y lo sublime para lograr las producciones artísticas, editoriales y audiovisuales. Además de los conceptos sobre totalitarismo de Arendt (*Origins of Totalitarianism*, 1955) las nociones de categorización de Douglas (*Purity and Danger*, 1966); Normalización y Bio política de Foucault; Habitus de Pierre Bourdieu (*Razones Prácticas sobre la Teoría de Acción*, 1997), la mayoría de los casos haciendo referencia a los textos en su idioma original. Con este proyecto de disertación pretendo reflexionar sobre la estética utilizada para potenciar la normalización de los discursos de odio del estado totalitario y como la propaganda y las artes visuales ayudan a sustentar los conceptos de supremacía racial del estado nazi.

El objetivo principal de este proyecto es reflexionar sobre la estética para instrumentalizar el cuerpo femenino dentro del Tercer Reich. Los objetivos específicos se enfocarán en analizar e identificar: analizar las aquellos valores estéticos que idealizan y normalizan los cuerpos en las artes



visuales, e identificar aquellos ecos del régimen que han trascendido en el tiempo como para inspirar estados totalitarios en la ficción (*The Handmaids Tale*) o discursos de odio en la actualidad. Para comprender la instrumentalización estética del cuerpo femenino en las artes visuales del Tercer Reich este proyecto estará dividido en tres capítulos:

En el primero abordaré la estética del Tercer Reich fue usada para adoctrinar y normalizar la ideología nazi. Este capítulo tendrá como enfoque de análisis el despliegue gráfico y estético incluidos en la propaganda nazi, la metodología de repetición y las teorías de la percepción utilizadas para categorizar lo bello y lo feo según el estado. El análisis de las imágenes y símbolos del régimen permite examinar la relación entre estética y realidad y abordar la dimensión estética como una herramienta en la construcción del estado. Este capítulo es una inmersión en la esfera visual del estado nacional socialista, abordará los mensajes codificados que fueron enviados a la sociedad alemana a través de la idealización del cuerpo para sustentar los conceptos de superioridad racial y los discursos de odio del régimen

El segundo capítulo analiza dos tipos de registros visuales de cuerpos normalizados, registrados y legitimados para continuar el discurso de la supremacía racial del régimen, por un lado, las piezas editoriales de la revista *Das deutsche Mädel* que se presenta para como una de las guías visuales diseñadas por el estado para influenciar a las adolescentes de la BDM, aquí se analizará los registros del cuerpo femenino uniformado que ya pertenece al estado nazi. Posteriormente el análisis se enfoca en la imagen en movimiento con las exploraciones audiovisuales de Leni Riefenstahl en *Olympia* (1935) quien retrata el cuerpo femenino como una figura atlética pero también como etérea idealizada. Ambos análisis visuales describen y representan los cuerpos femeninos que ya pertenecen al estado totalitario como cuerpos dóciles y obediente mas sin embargo activos y preparados para movilizarse por la nación.

Finalmente, el tercer capítulo, moviliza la reflexión estética del Tercer Reich hacia sus ecos en la actualidad, tanto en la ficción como en la realidad disyuntiva, partiendo de la pregunta ¿Dónde podemos percibir la resonancia de la ideología, la dimensión estética o de la instrumentalización del cuerpo femenino del Tercer Reich? Para responder esto señalaré dos casos, uno de la ficción y otro de la realidad, que hacen referencia al estado nazi. El primero es una producción audiovisual que sustenta las ideas de estetización de la política (Benjamin.1936:57). *The Handmaid's Tale*, una historia distópica que permite reflexionar sobre el cuerpo femenino y cómo este es y puede ser instrumentalizado por el estado para justificar acciones violentas. Este universo de ficción, contiene ecos del estado nazi,

como la categorización de la sociedad. El segundo, es un ejemplo anclado a los ecos en la realidad de los discursos de odio del Tercer Reich. Alrededor del mundo se han presentado situaciones relacionadas a la superioridad racial que hacen eco a los discursos de odio del Tercer Reich, sin embargo, en cuanto al cuerpo femenino no hay ejemplos tan claros. Desde demostraciones de teatrales para desplegar el discurso de odio, el uso del término 'feminazi' para categorizar a feministas radicales, que no comparten los principios que de estado patriarcal como el Tercer Reich, mostrando así como el eco del estado nazi recorre diferentes aristas del mundo. Para abordar el eco del estado nazi en la realidad, utilizaré como método la comparación disyuntiva que me permita analizar varias realidades sin considerar ninguna excluyente a la otra.

La comparación disyuntiva consiste en el análisis de escenarios en los que el Tercer Reich se ve representado. Estos escenarios no se encuentra directamente relacionados con la Alemania nazi, pero si contienen lo que a lo largo de este proyecto será llamado como los ecos del Tercer Reich. La comparación disyuntiva otorga un espacio para las alternativas y se convierte en la metodología de análisis de este proyecto, en particular del tercer capítulo cuando se abordan los mundos alternativos en los que el Tercer Reich continúa haciendo eco. Su intención es comparar desde un caso de estudio la posibilidad de fenómenos sociales que se repiten, como una variable del caso mismo. Dentro de la idea de comparar elementos de lo subjetivo como los cánones de belleza y la estetización de la política, surgió la idea de la comparación disyuntiva con el mundo ficticio de *The Handmaid's Tale*. Los elementos visuales que permean esta producción audiovisual, generaron en mi percepción una sensación similar a "esto lo ya he visto en algún lugar", y resultó no ser una sensación errada, puesto que la serie se encarga de poner en escena un mundo estetizado en función de la política, o mejor aún, en función de un estado totalitario. *The Handmaid's Tale* nos sumerge en un universo jerarquizado por cánones estéticos y vigilado por un estado que desea controlar lo público y lo privado.

Este proyecto es una reflexión de lo estético en temas de gobierno e identifica la representación del cuerpo femenino como dispositivo clave dentro de uno totalitario, a pesar de que hay tantos espacios dispuestos para el control por parte del estado, la investigación ha demostrado que el cuerpo femenino funciona como herramienta de control en esferas públicas y privadas. El uso de las artes visuales del Tercer Reich ayuda a generar la sensación de normalidad, colabora con el adoctrinamiento y fortalece los ideales de supremacía racial. Nace desde la curiosidad de los efectos de mensajes implícitamente violentos, y del control que se puede generar a partir de la estética totalitaria. Una que normaliza los discursos de odio e influencia a la sociedad a través del miedo, logrando la aprobación

social de que lo que está haciendo el estado es necesario. Como lo planteó Aldoux Huxley en una entrevista por Mike Wallace: "If you want to preserve your power indefinitely, you have to get the consent of the ruled" (1958)

## CAPÍTULO 1

### Estética y repetición en el Tercer Reich

“Walter Benjamin no falló al describir a los nazis como capaces de elevar la sublimación del deseo en la contemplación estética a nuevas cimas, convirtiendo la autodestrucción de la humanidad en una grandiosa y grotesca exhibición estética” R. Wolin (2014:184)

Escribir sobre el Tercer Reich es como escribir sobre una historia distópica que fue real. Alemania durante 1933 hasta 1945 estuvo sumergida en la exaltación del pensamiento de la superioridad racial y el discurso político que antagonizaba sobre todo a los judíos, además de gitanos, discapacitados, homosexuales, etc. Para fortalecer aquellos pensamientos raciales el régimen crea un micro universo estético que evidencia los razonamientos raciales, un intento de estetizar el estado totalitario (W, Benjamin. 1930). La estética nazi tiene elementos visualmente reconocibles y replicables, esto ha hecho que perdure en el tiempo, con piezas diseñadas para fortalecer la imagen del estado, se puede afirmar que quienes hicieron parte del régimen trataron la dimensión estética como suele ser tratada por directores de arte, artistas visuales, diseñadores de vestuario, arquitectos, etc... como en una película. Quienes se encargaban de la dirección de Tercer Reich, aprovecharon los beneficios culturales que trae el control de las herramientas visuales y los medios de comunicación, cuando el estado se hace cargo de las manifestaciones artísticas consigue crear un híbrido entre la ficción y la realidad. No es coincidencia que los elementos que crearon maquinaria nazi sean de fácil recordación y que gracias a esto hayan podido ser replicados o usados como alusión para discursos de odio o para expresiones estéticas. Autores como P. Adam (1992) en *Art of The Third Reich* han descrito las características del arte visual del Tercer Reich como una exaltación del movimiento juvenil, de la familia, las concentraciones en masa, el cuerpo sano y el culto a la muerte heroica.

En 1989 el documentalista de Peter Cohen estrena *Architecture of Doom* plantea que “Failed artists were characteristic of the leadership of the Third Reich”, añade comentarios sobre los intentos del líder y de personas importantes en su gobierno que por pertenecer al mundo de las artes: “The Academy of Fine Arts Vienna twice rejected Hitler’s application. Propaganda chief Joseph Goebbels wrote a novel, poems and plays. Baldur Von Schirach—head of the Hitler Youth—penned poetry. Alfred Rosenberg, a Nazi who held many positions in the party, painted “ (Cohen, 1989) El documental entrega una visión holística del régimen y exalta el uso del arte durante el Tercer Reich como una

fachada ostentosa, que mientras invade la cabeza de los receptores con discursos de odio también los distrae con información visual. Para justificar acciones violentas como “La solución final de la cuestión judía” (Endlösung der Judenfrage), el estado se encargó de llevar a la sociedad a la contemplación estética de las estrategias de comunicación del gobierno de Adolf Hitler. Cada imagen publicitaria u obra artística admitida por el poder llevaba un mensaje político junto con simbología de reconocimiento del Tercer Reich, esa misma simbología es la que ha servido durante años como referente visual para producciones cinematográficas como las mostradas anteriormente.

Sobre las concepciones de lo bello y feo en la nación, el estado nazi llevó a cabo una categorización de lo que se entendería por ‘feo’. Para continuar con la idea de antagonismo por parte de individuos que no entraban dentro de la categorización aria, en 1937 se realizó La exposición Arte Degenerado, Entartete Kunst en alemán, categorizó corrientes de arte como degeneradas para poder continuar con la influencia visual de su propaganda. M,García describe el concepto Entartete Kunst como el arte derivado de mentes débiles, desequilibradas e inferiores, en contraposición al arte promovido por el gobierno. La exposición incluyo obras etiquetadas bajo nombres y explicaciones absurdas que según Adolf Hitler representaban la “la locura, la blasfemia y la deformidad del judío”. (2019:45)

El arte moderno fue rechazado por ser decadente y por haber sido supuestamente envenenado por la corrupción y la explotación judía. (Cutanda, 2011:140). Además de la categoría de ‘arte degenerado’ el estado nazi también se encargaría de resaltar el concepto de lo que se consideraría ‘bello’, para esto se realizó la Gran Exhibición de Arte Alemán de 1937 (Große Deutsche Kunstausstellung). Aquí se hace un retorno al arte clásico greco romano, quizás en un intento de relacionar el concepto de ario con dioses. El enfoque de este periodo del arte está en la búsqueda de la belleza ideal (Eco, 2004) siendo así el Tercer Reich y se utilizó la pintura y la escultura para relacionar esa belleza a la fisonomía del hombre y la mujer nazi. El arte en el régimen nazi ha sido un tema estudiado anteriormente y se ha resltada su importancia para la creación del mismo, ya que como se cita proyectos en el siguiente párrafo:

“El arte se consideraba esencial en la formación e instalación del Tercer Reich, pues por medio de éste se podía demostrar la visión de un ‘hombre nuevo’, tal como lo sugiere el mismo Adolf Hitler. (Schultz, 2009:17)

Lo que nos dice Schultz, nos ayuda a justificar la reflexión de la estética en medio de un movimiento político y avistamos el uso de la estética para fines políticos; El filósofo Jaques Renciere por ejemplo expone que la estética es una experiencia colectiva que guarda un estrecho vínculo con la

realidad y es a través de esta idea que se sustenta el uso de las artes visuales como una manera de influenciar a la sociedad (Ranciere, 2000:55). Como el arte se consideraba esencial en la creación del estado nazi, la instrumentalización del cuerpo femenino ocupará un lugar en las producciones artísticas y propagandísticas, como en el cine de Leni Riefenstahl o el arte impreso de los posters de Bund deutscher mädels. Por esto en este capítulo se analizará el despliegue visual del Tercer Reich como una marca propagandística, el concepto “belleza” adaptado al público femenino, y finalmente el uso de la escultura como la representación ideal de la fisonomía femenina nazi.

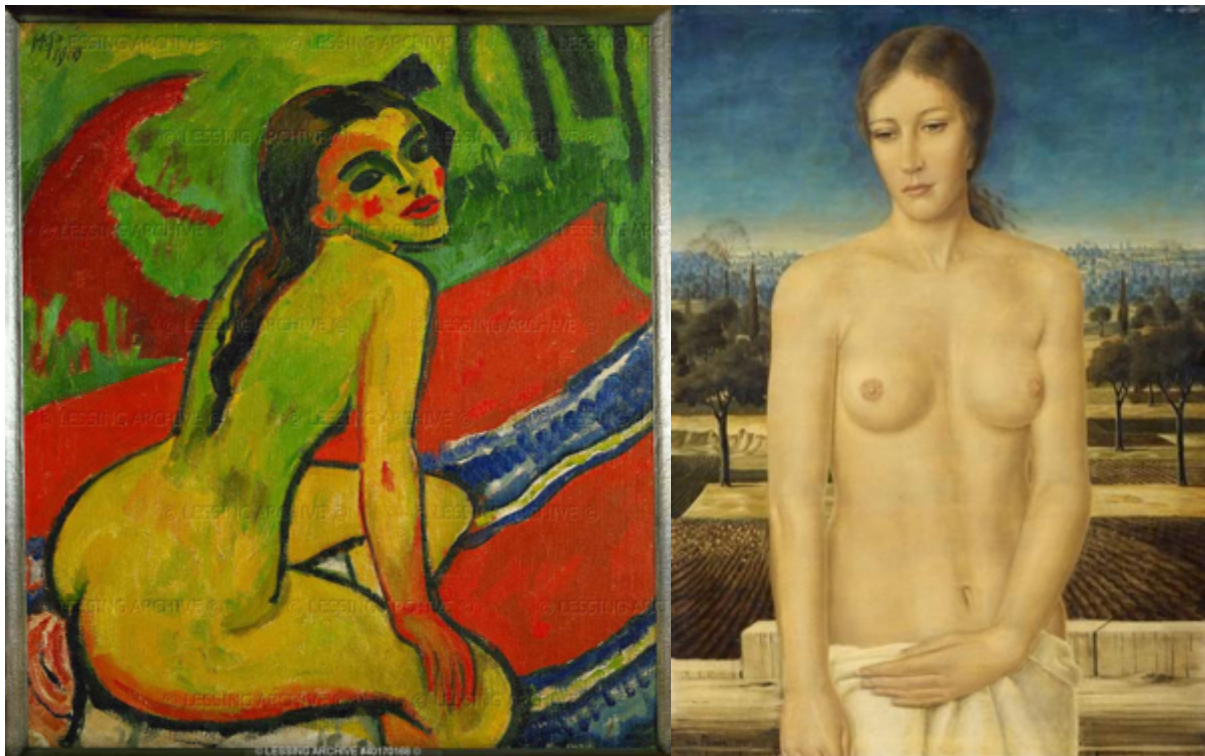


Figura 5. Max Pechstein, 1910. "Sitzendes Mädchen". Pinturas pertenecientes al inventario de la exposición de "arte degenerado" y. Werner Peiner, 1931. 'Mädchenakt" . Pinturas pertenecientes a el catálogo de la exposición de "Gran Exhibición de Arte Alemán"

La niña de Pechstein pertenece al expresionismo alemán, mientras que la de Peiner al realismo clásico. Ambas exposiciones revelaron a la sociedad alemana las nuevas ideas de lo bello y feo, categorizando pinturas como el expresionismo, el cubismo, surrealismo como expresiones de la 'realidad deformada' y por tanto degenerada. En contraste, presenta la estética pura del realismo clásico con la intención de que sirva como guía visual en la construcción de este micro universo estético. A través de la repetición de determinada estética veremos como se politiza el arte como una herramienta de la inmersión estética de la sociedad del Tercer Reich.

## 1. Propaganda y el estado totalitario

En *The Politics of Print*, Heller (2015) dice que 'Politics and design are not strange bedfellows', y tiene sentido cuando pensamos que un estado requiere de una estrategia de comunicación para darse a conocer o cuando quiere mejorar la opinión pública sobre su mandato. La Alemania nazi comparte ciertos principios de la creación de una marca, sobretodo si entendemos el concepto marca como lo explica la Asociación Americana de Marketing: "Una marca es un nombre, un término, un diseño, un símbolo o cualquier otra forma de diferenciarse y publicitarse". En este caso, el partido socialista nacionalista tenía cada uno de los ingredientes para ser visualmente recordado: imagen institucional (la esvástica), slogan: Heute Deutschland, morgen die Welt (Alemania hoy, el mundo mañana), paleta de color y un sistema gráfico fácil de replicar y adaptar a todas las posibles formas de difusión de mensajes (e.j. poster, flyers, uniformes, películas, periódicos y libros). El manual de marca de los nazis nos permite dar un vistazo al despliegue y al nivel de detalle gráfico que el partido tuvo. Esto junto con la estrategia de difusión del Ministerio de Propaganda basada en la repetición y la ficción colaboraron en el adoctrinamiento de la sociedad alemana. El ministro de la propaganda, Joseph Goebbels, afirmaba que: "Educamos a las personas de acuerdo a una cosmovisión común con la ayuda de los films, la radio y la prensa, a los que el Führer ve como las herramientas más importantes del liderazgo popular. El Estado nunca debe dejar que se escapen de sus manos" (D'Adamo & Beaudoux, 2011)

Podemos entonces, considerar el arte de los estados totalitarios como uno dedicado a las masas (Alejos, 2017:8), de ahí su enfoque a la propaganda. En este capítulo mi intención está crear un hilo conductor entre estética y política a través de la comprensión y análisis del concepto 'propaganda', la categorización de los elementos gráficos, la definición de lo 'bello' en la fisonomía alemana nazi, junto la instrumentalización de las artes visuales en el estado totalitario. El éxito del Tercer Reich fue el control de la sociedad alemana, el despliegue estético y la repetición de los mensajes entregados generaron en muchos el deseo de pertenecer a la nación y creer en ella. Animarse a portar un logo, utilizar sus frases y colores relacionados al partido no es el resultado de una acción accidental, sino de un plan de difusión de información constante.

Después de la Primer Guerra Mundial, el uso de la palabra propaganda constaba de un carácter negativo, ya que esta fue usada como herramienta de difusión de terror al enemigo, por tanto la primera acción 'propagandística' de Adolf Hitler fue darle a la palabra un aspecto positivo en la mente

de la sociedad alemana (Antón, 2000) y es que repartir información de sus intenciones políticas de forma masiva era uno de sus planes. La propaganda del gobierno nazi no era solo repetitiva y discursiva, sino que estaba construida y masificada. Young-Bruehl (1998) afirma que “The most efficient fiction of Nazi propaganda was the story of a Jewish world conspiracy”, con esto nos invita a reflexionar sobre los prejuicios que pueden ser generados a partir de la propaganda, y como las iniciativas visuales del Tercer Reich se enfocaron en describir y relatar el antagonismo judío. Por esto Hannah Arendt (1957) describe al ‘terror’ como la estrategia más efectiva de un estado totalitario.

El concepto de propaganda en la Real Academia Española está definido como “la acción o efecto de dar a conocer una cosa con el fin de atraer adeptos o compradores” pero siendo definido de esta manera, su significado se adapta mejor a las definiciones entregadas por las reglas del branding o del mismo proceso de creación de una marca. En marketing, las marcas convocan a partir de acciones de branding para dar a conocer mensajes; por tanto, es más acertado usar una definición como la que hace Young sobre la propaganda:

“La propaganda es el uso sistemático más o menos deliberadamente planeado de símbolos, principalmente mediante sugestión y técnicas psicológicas similares, con la intención de alterar y controlar opiniones, ideas, valores y, en última instancia, cambiar acciones públicas con arreglo a unas líneas predeterminadas. Se mueve en una estructura determinada sin la cual no pueden comprenderse sus aspectos psicológicos y culturales” (1930: 653)

Esta estructura determinada a la que se refiere Young, puede estar haciendo mención al tipo de sistema gráfico o discursivo que hay detrás del mensaje enviado. La propaganda tiene como objetivo final la difusión de una ideología política, religiosa o filosófica (D'Adamo & Beaudoux, 2011) y probablemente en este caso, el esfuerzo por resaltar la dimensión estética viene del miedo al enemigo en común (el judío) que iba a llevar a la raza aria a su total degeneración y por consiguiente a su destrucción. La sociedad alemana estuvo bombardeada de propaganda que tenía como intención aumentar la creencia de un terror externo e incontrolable, así que, como Arendt plantea (1957:42), el objetivo de esa propaganda es realzar y proteger la denominada raza aria, mostrar su superioridad para así evitar aquella temida deterioración de la sangre. La base de la propaganda del Tercer Reich fue el discurso oral y visual antisemita, al tener un enemigo común fue más fácil instaurar un discurso de miedo, sin embargo con el paso del tiempo este temor evolucionó, dejando atrás la visualización de lo que era considerado ‘lo feo’ para los estándares nazis y dar espacio la visualización de los ideales de la nación aria. La categorización de lo ‘bello’ se fortalece en la exposición del ‘arte degenerado’ y permitió la normalización del estado totalitario, el deseo de pertenecer a la nación se puede encontrar



en aquellos cambios estéticos, en la propaganda se cambian los códigos del mensaje y así la sociedad pasa del temor constante al empoderamiento, en este punto Tercer Reich despliega propaganda con mensajes visuales que acrecientan la idea de superioridad.

El uso de la propaganda es directamente proporcional a la creación del estado totalitario (Arendt, 1973), el crecimiento de poder y popularidad del Tercer Reich se caracterizó por la manipulación de mensajes entregados a la sociedad. Como mencioné anteriormente, la exposición de 'arte degenerado' potencializa la propaganda que exalta la sociedad aria como superior dejando de lado las preocupaciones propagandísticas sobre los que no entraban a la categoría de arias. Este cambio de enfoque nos habla de una renovación en el discurso visual. Yourman (1939) Revista de Sociología y Educación describe una técnica utilizada dentro de la Alemania nazi llamada Band wagon, este termino se refiere a un dispositivo que hace que queramos seguir la multitud. Este dispositivo puede ser un símbolo, un objeto o un producto que se adhiere a la sociedad y se normaliza con la ayuda de la propaganda en masa bajo la creencia de 'todos están haciendo lo mismo'. El estado totalitario tiene el poder de controlar las masas con el uso de detalles sutiles (Arendt, 1973:365-392). La repetición de elementos visuales fue una estrategia visual para persuadir y normalizar, lo que permitió la consolidación del estado totalitario como una marca. Siendo así, el primer dispositivo que invita a la repetición en el estado nazi fue la construcción de su identidad visual creada a través de reglas del diseño gráfico, esta línea estética es el primer avistamiento a la nueva normalidad, que implica la pertenencia al partido nacionalsocialista. Como afirma O'Shaughnessy: "Design saturates everything in the Third Reich: for example, the smart cut of uniforms is very important in fostering a collective identity." (2009: 55)

La identidad colectiva del Tercer Reich está relacionada con el concepto de nación, cuando la noción de soberanía de la nación es acogida por quienes la habitan y construye aquella sensación de identidad compartida que les permite pertenecer a una comunidad, la nación es entonces una construcción social y el nacionalismo un artefacto cultural ( Anderson, 1983). La sociedad del régimen se movilizó como una masa homogénea que considera el territorio que habitan como una extensión de ellos mismos, y que además les permite empatizar con quienes se sienten parte del Volk, un alemán nazi no necesitaba conocer a otro personalmente, solo necesitaba identificarlo con los símbolos que lo relacionaban al régimen (saludo, uniforme, panfletos, forma de hablar, etc..) así se valida el hecho de que ambos siguen la idea del bien común, que en el caso del Tercer Reich implica la protección de la nación para evitar la "degeneración" causada por los de raza inferior.

En *Imagined Communities*, Benedict Anderson escribe que una nación es una comunidad política que se imagina como inherentemente limitada y como soberana (1983:23) propone que la construcción de la pertenencia a la nación no se construye solo gracias a su historia si no a ideas subjetivas o ficticias que trascienden a la realidad y analiza la importancia de los métodos de comunicación como prensa, radio y televisión en el ejercicio de propagación aquellas ideas políticas, sociales y culturales de la comunidad. Se sustenta así el uso de las artes visuales como una herramienta para la normalización de la creencia colectiva de la raza superior y el deseo de los habitantes por pertenecer a la comunidad: (i) La propaganda que relata de manera constante el discurso sobre el que se fundamenta el estado nazi. (ii) El despliegue del Tercer Reich como una marca, con símbolos propios que los diferencian de aquellos que mantienen su individualidad.

Como mencioné en la introducción de este capítulo Walter Benjamin en su texto 'La obra de arte en la era de su reproducibilidad técnica' analizó la relación de la política y los factores estéticos, mencionó además la presencia de la estética en medio de la violencia para finalmente analizar el culto a la belleza en el arte reproducido de forma masiva (1936:244). Autores como Benjamin han logrado identificar la obsesión de la belleza del Tercer Reich y plantea que los nazis "elevaron la sublimación del deseo en la contemplación estética a nuevas cimas, convirtiendo la autodestrucción de la humanidad en una grandiosa y grotesca exhibición estética"<sup>4</sup> El Partido Social-Nacionalista veía en la propaganda una herramienta determinante para adoctrinar a la sociedad (Ellul ,1965). Sin duda, la propaganda fue una herramienta clave para la difusión de los mensajes, pero el estado nazi no se olvido nunca de la forma en la que un mensaje visual debe ser creado para que sea recordado.

Las bases del diseño gráfico vienen de teorías alemanas de la percepción visual, como la psicología y leyes de percepción de la Gestalt y a pesar de que fueron aplicadas en la creación de y repetición de la esvástica en diferentes representaciones gráficas. El término Gestalt es una palabra alemana que puede traducirse, como "forma", "figura", "configuración", "estructura" o "creación" (Von Ehrenfels, 1980) La Gestalt plantea la percepción de formas gráficas como una experiencia, y dependiendo del cumplimiento de una o varias de sus leyes la mente humana es capaz de recordar y leer aquella simbología con facilidad. No importan los elementos sino la construcción del todo y cada elemento se mueve con armonía en la imagen.

---

<sup>4</sup> Richard Wolin, Walter Benjamin (Berkeley: University of California Press, 1994), p. 184 citado por Romero, A. (2014) en Benjamin: Estética y Nazismo

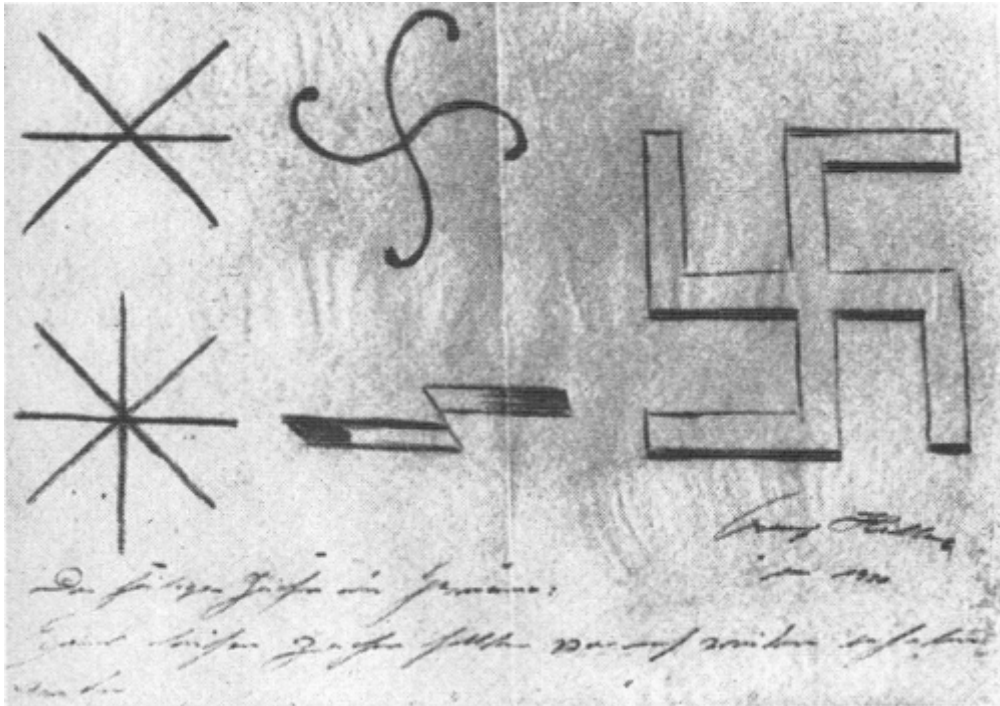


Figura 6. Adolf Hitler (1920). Bocetos para el partido nazi

Toda esta teoría está basada en la forma y en este caso estaría ligada a la producción de un logo, y a la sensación general del Tercer Reich en su totalidad, en donde los espectadores no solo perciben elementos únicos como el líder, el logo y el mensaje, si no el conjunto de todas sus formas y elementos. A pesar de que la propaganda nazi no cumple con las leyes de armonía de la Gestalt debido a el alto grado de saturación de información entregado en cada pieza, si es posible analizar contundencia armónica de lo que sería el símbolo que representaría el estado nazi: la esvástica. Como se puede observar en la Figura 11, la imagen del partido nazi tuvo un proceso de exploración visual. Además en Mein Kampf, el líder del Tercer Reich afirma que realizó diferentes versiones visuales de representar al estado nazi:

“Yo mismo, entre tanto, después de innumerables intentos, establecí la forma final; una bandera con fondo rojo, un disco blanco y una esvástica negra en el centro. Después de prolongadas pruebas, también hallé la proporción definitiva entre el tamaño de la bandera y el tamaño del disco blanco, así como la forma y el grosor de la esvástica” (Hitler, 1925)

Este símbolo tiene su origen en el hinduismo y su creación data del siglo V a.c, su nombre viene del idioma sánscrito y su primera mención está en las Vedas, los cuatro libros más antiguos del hinduismo. Además, ha estado presente en otras culturas y religiones como el budismo, cristianismo, jainismo, etc. En la mitología germánica, ha estado presente como símbolo de poder e iluminación. En

cada una de estas versiones su etimología es similar ya que implica una frase positiva como “bien” “buena suerte” o una forma de saludo. Es un símbolo que ha unido a varias comunidades a lo largo de la historia. Su origen no está en el nazismo, sin embargo el uso y reproductibilidad técnica (Benjamin, W. 1936) ocultan su pasado histórico. La extrema derecha y la egomanía del dictador se apropian del símbolo como un diseño propio, lo comercializan. La esvástica como logo que cumple con la ley de simetría de la Gestalt, donde varias o todas sus partes son percibidas como iguales en la cercanía y en la distancia. Estas características están relacionadas a las leyes de percepción. Quizás el éxito de la esvástica como símbolo, habla del hecho de que es una imagen que viene acompañando a la humanidad desde muchos años atrás. Al adaptarla a colores, elementos gráficos y discursos los receptores de la información son capaces de retener el eco informático y participar en el uso de diferentes réplicas, ya fuera en banderas o en pequeños botones parte de uniformes de los pertenecientes al régimen pues los nazis no desestimaron ninguna oportunidad para usar la metodología de la repetición. La preocupación de Walter Benjamin por la pérdida del aura en las obras de arte toma sentido, cuando se analiza el pasado y el significado original de la esvástica.



Figura 7. Templo budista Figura y Tian Than Buddha en Monasterio Po Linn

La creación de la marca depende únicamente de un logo, necesita del despliegue estético en diferentes medios o esferas visuales. Los nazis no duraron al llevar la esvástica a representaciones 2D impresas en papel sino a versiones 3D a gran escala con representaciones arquitectónicas o monumentos con el logo del régimen. En el Tercer Reich hizo uso de detalles visuales que intensifican el impacto visual: el uso de la tipografía Frakturschrift como identificación nacional, saturación a partir de colores y elementos de la imagen, todo con el fin de dejar un eco que retumbe en la mente de quienes la observan, como el sonido profundo de un tambor. De aquí el inicio de la metodología de

repetición empleada con el fin de generar recordación en cada los miembros de la comunidad. Con el fin de identificarse dentro de las esferas del régimen nazi se adaptó la esvástica a las diferentes organizaciones que hacían parte del gobierno.



Figura 8. Águila gigante por el escultor del Third Reich Kurt Schmid-Ehmen.(1936)

Cada una de estas versiones adaptadas de la esvástica tenía su propio material, uniformes, slogans y nombres. Este tipo de exploraciones visuales de un logo son las que hacen la base de una marca y que después permiten potenciar el mensaje entregado en la propaganda. Ahora bien, como afirma G. Haimovsky, el verdadero objetivo de la propaganda totalitaria no es la persuasión si no la organización y es que si hay algo de admirar en todo el manual de marca nazi es el nivel de organización y categorización de sus elementos.





Figura 9. Insignias extraídas del manual de marca del gobierno nazi p.17

El manual de marca de 70 páginas se divide en capítulos que señalan el uso de la esvástica en insignias, patrones, el uso del logo en banderas y estandartes, medallas de uniformes militares, organigramas de la SS y otras organizaciones pertenecientes al régimen, diagramas de identificación de pureza racial, etc.. El manual de marca entrega una guía práctica de como pertenecer a la ideología y ayuda a identificar a quienes están por fuera de ella. Es posible afirmar que la organización de todos los elementos dispuestos en aquel manual permite que la propaganda sea efectiva, no es una construcción esporádica o intuitiva del discurso visual si no un contenido metódico con reglas gráficas. Loroff, N afirma sobre las herramientas visuales de la alemania nazi “The Nazis heavily employed propaganda in the form of images, films, and other media-based sources in an effort to instill their ideals in the German population” (2012:55)

En War and Cinema (1989) el teórico cultural Virilio afirma que “no hay guerra sin representación”, la estética del estado nazi rigurosamente registrada en su manual de marca permite que la propaganda contenga una representación teatral de lo que más adelante sería un genocidio perpetrado por el estado. Virilio fascinado por el creciente uso de tecnología plantea que los filmes

de propaganda nazi cambiaron la percepción de cómo la sociedad veía el mundo y el régimen, y quizás sea esta la razón por la que aún en la actualidad se siguen creando producciones audiovisuales que quieren narrar algún episodio con el Tercer Reich o la segunda guerra mundial. La estetización del Tercer Reich y su registro visual permitieron llevar a la realidad las ideas estéticas del uniforme de la SS (Schutzstaffel), una de las organizaciones militares del régimen y además de esto permite su representación en producciones audiovisuales de la actualidad:



Figura 10. Representaciones visuales que trascienden a la realidad y se mantienen en el tiempo: oficial de la SS en comparación con imágenes del manual de marca nazi p.47 el personaje ficticio Dieter Hellstrom de Inglorious Bastards (2009) usando el uniforme correspondiente.

La propaganda no es un proceso intuitivo y al igual que la creación de imagen con las guías de percepción de la Gestalt, la propaganda está sujeta a otras reglas. En Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo por Emma Rodero Antón se mencionan las leyes de la técnica de Propaganda, recopiladas por Quentin en 1943. Estas leyes nos ayudan a comprender la estrategia propagandística del Tercer Reich, para este caso el principio de la simplicidad se adapta a la estrategia comunicativa empleada por el régimen:

“El principio de la ley de la simplicidad. A fin de conseguir la mayor efectividad, el mensaje debe ser lo más sencillo posible para que todos y cada uno de los individuos sean capaces de comprenderlo, sin exigirles demasiado esfuerzo. Debe ser, además, breve y claro, elaborado con frases sencillas y enunciaciones primarias. Conviene, por lo tanto, reducirlo a eslóganes y símbolos” (Antón, 2000:7)

Lo anterior resume y menciona de forma más amplia la metodología de la propaganda, y además sustenta las decisiones gráficas del Tercer Reich. Cabe enfatizar el uso de la ley de la dosificación (Quentin, 1943) que implica que los elementos gráficos tendrían una presencia constante en los medios de comunicación. Como la omnipresencia del Gran Hermano de la novela distópica 1984 (Orwell 1949) la propaganda del régimen satura la vida diaria de la sociedad alemana, se entrega de forma repetitiva y se codifica en la mente del receptor. La propaganda nazi la recordamos porque incluso en la actualidad se repite. Al analizar el uso de piezas promocionales sujetas a las leyes propagandísticas de la simplicidad y dosificación, podemos comenzar a percibir el uso de artes visuales para programar la mente de quienes habitan la nación, se facilita la categorización de los elementos gráficos que generan sentido de pertenencia dentro de la comunidad: Colores rojo, blanco y negro, tipografía gótica, metáforas visuales, frases sencillas y visualización del líder como protagonista. Las imágenes propagandísticas pierden gradualmente el uso de leyes de percepción de la Gestalt, se saturan las imágenes, se deshacen del uso de espacio vacío y no entregan un solo punto de tensión visual, el Tercer Reich nos sumerge en un loop visual de color rojo, blanco negro, tipografía gótica, águilas y esvásticas, son estos valores estéticos los que permiten experimentar el régimen como una totalidad: un estado totalitario.

El Tercer Reich se valió de las exploraciones gráficas para la saturación del mensaje, con la repetición de su logo, el uso del equilibrio axial (Dondis,1980) donde la imagen está compuesta por varios ejes que pueden ser verticales y horizontales, como se observa en sus poster propagandísticos. Más adelante, la parte gráfica de la propaganda, se apropia de referentes de la pintura y la escultura para poder representar a la sociedad alemana y replicarla en los productos impresos (posters y revistas) y adaptarla a las normas del branding. Con la ayuda de estas piezas publicitarias, el discurso de propaganda y aquellas normas estéticas el Tercer Reich dejó pistas de cómo se tendría que ver la Alemania nazi.





Figura 11. Posters propagandísticos del Tercer Reich con el slogan “Dame 4 años” y “Congreso del Partido del Reich en Nuremberg” (1937)

Gilles Deleuze, en su libro *Différence et répétition* (1968) estudia la acción de repetir como parte de una conducta. Sus teorías sobre el comportamiento social a través de la repetición permiten afianzar la idea de que la propaganda nazi no solo se replicaba por medio de aquel mecanismo, sino que el resultado esperado era una repetición del comportamiento social. Deleuze dice que “el corazón es el órgano amoroso de la repetición” (1968:22) es decir que esta acción se da cuando apela a la emoción. Aquella relación entre la emoción y la repetición lo que permitió establecer normas estéticas para ser apropiadas por la comunidad. La ‘comunidad nazi’ asume la forma en la que se tiene que ver, siendo así la manera en la que es posible establecer lo que es normal y lo que no. Para Deleuze, la repetición no viene de la generalidad sino de la diferencia. Aquella normalidad que se intenta establecer en el Tercer Reich es en sí misma un eco de pensamientos nacionalistas, de supremacía racial, o mejor aún de dimensiones estéticas del periodo clásico. Esto lo analizaremos más adelante.

La anormalidad durante el Tercer Reich y según Adolf Hitler, sería traída gracias a el judío y por tanto, las imágenes propagandísticas que representan al judío se sale por completo de la línea gráfica de lo que se consideraba perteneciente a la nación, se usan otros símbolos como metáforas visuales que los antagonizan o degradan. Así mismo se normaliza el hecho de que todo lo que venga de una raza inferior a la aria es catalogado como 'degenerado'. El miedo es la base del estado totalitario (Arendt, 1951), pero la normalización se sustenta como la herramienta de control principal, al normalizar las prácticas y creencias del estado se fortalece la sociedad como la masa unificada que se menciona al inicio de este capítulo. La sociedad del Tercer Reich es como un cuerpo de baile que viste el mismo traje, se mueve coordinadamente y permanece en escena observando al solista se presenta. El poder del régimen se adapta en la mente de la sociedad gracias a la creación de la comunidad y al reiterado discurso de miedo dentro de la propaganda. Georges Canguilhem en su texto *Lo normal y lo patológico* (1966) analiza el concepto de normalización del poder de la siguiente manera:

“Canguilhem señala que la regulación significa hacer prevalecer el sentimiento de conjunto, la identidad del universo social. De esta forma, la normalización define a una sociedad en su totalidad por un fin que se considera su bien propio, su estado final conveniente. Surge entonces la imposición normativa hacia un estado exterior que es extraño y para cuyo fin se generan nuevos órganos que conduzcan hacia dicha exterioridad todo aquello que tiende a arrancarse de la normalidad” (Yuing, 2013:118)

Otros teóricos se han aproximado a la normalización por medio de la categorización. Douglas en la introducción de *Purity and Danger* (1966:8) dice que no podemos entender los símbolos de clasificación separados de su totalidad, para entenderlos debemos analizarlos como parte de la estructura total de clasificación de una cultura. Con esto podemos sustentar que la comprensión de los símbolos visuales del Tercer Reich no podría ser normalizados como figuras autónomas, sino que tendrían que ser parte del compuesto del discurso de odio y que estos símbolos ayudan a categorizar lo que 'está bien' y lo que 'está mal' dentro de la comunidad, la dimensión moral. Las categorías ayudan a identificar lo que le hace daño a la sociedad y así a protegerse de eso que puede perturbar la tranquilidad. Douglas afirma: “Similarly the ideal order of society is guarded by dangers which threaten transgressors” (1966:4) La sociedad crea entonces un sistema en el que se puede proteger de lo que considera desorden “dirt is essentially disorder” Todo lo que esté en su lugar permitirá a la sociedad a alcanzar el estado de tranquilidad. (Douglas, 1966)

Por otro lado Michel Foucault, estableció sobre la normalización en una sociedad que funciona como una serie de sistema de oposiciones entre bien y mal ‘lo permitido y lo prohibido, lo lícito y lo ilícito, lo criminal y lo no criminal’ Aquellas oposiciones se reducen a una oposición más simple lo ‘ normal y patológico’ (Foucault,1967) Por otro lado, en su texto ‘Canguilhem y Foucault: De la normatividad a la normalización’ M, Bacarlett (2009) plantea:

“La normalización se convierte, entonces, en una tarea imprescindible en una sociedad “obsesionada con la norma”, es decir, obsesionada por eliminar o reducir las desviaciones, en aplanar las diferencias, en someter la otredad. Pero este afán normalizador apunta sobre todo hacia lo más rebelde a todo control y determinismo: los fenómenos vitales”

La oposición entre el bien y el mal parece que plantea Foucault parece complementar el pensamiento de Douglas de la categorización, la dimensión estética del Reich ayudó a fortalecer estos conceptos como se verá más adelante de este capítulo con la composición de reglas estéticas del estado sobre el cuerpo de los habitantes de la Alemania nazi que se apoyan en el arte clásico y que dejan de lado la propaganda. Las normas se extienden hasta la esfera privada para dominar y condicionar la estética de todos los que pertenecen a la nación. Y es que el Tercer Reich no era sino el conjunto de una serie de normas dictaminadas por un líder y su gobierno, dichas reglas serían utilizadas para el control de la esfera privada y pública, y buscarían quedar memorizadas o mejor, normalizadas, en sus ciudadanos. Las reglas estéticas de la propaganda nazi fueron la piedra angular de la construcción del estado nacionalista socialista.

## 2. El cuerpo ario y la mujer del Tercer Reich

'Life imitates art far more than art imitates life'

Oscar Wilde

Los cuerpos vienen siendo representados e instrumentalizados hace varios siglos. Las artes visuales se han encargado de generar registro del cuerpo humano y lo que lo rodea a través de la pintura, la escultura, la fotografía y el cine. En algunos casos estos registros son ventanas que nos permiten observar el cuerpo, el entorno y el pensamiento de diferentes sociedades del pasado, los registros visuales han demostrado que las representaciones del cuerpo humano y su entorno están permeadas el contexto cultural en el que se genera la obra y que las artes visuales son una herramienta para moldear la mente de una sociedad.

La fisonomía de la mujer es un territorio explorado y explotado en las artes, ha atravesado diferentes representaciones de belleza que mutan dependiendo de la representa, para esto solo basta con observar la Venus de Willendorf y la Venus de Milo. La primera es una obra del periodo Paleolítico donde la representación del cuerpo femenino es el de la mujer fértil en una sociedad enfocada en la supervivencia y la caza eran el principal objetivo; la segunda es una de las esculturas más representativas del auge greco romano del periodo Helenístico, pertenece a la era del idealismo donde se explora la belleza desde la emoción, el potencial y proporciones del ser humano. Las representaciones de lo femenino hacen parte fundamental de la historia del arte occidental, por tanto, es posible asumir que la estética del Tercer Reich implementa una nueva versión del cuerpo femenino que se adapte al discurso del estado totalitario. ¿Qué caracterizaría entonces a la mujer alemana ideal en términos estéticos? Ya al inicio de este capítulo se relata su papel visto desde la ideología nazi como mujer-madre, ahora, en términos estéticos estará claramente ligada al concepto 'ario' de la alemania nazi donde se desarrolla una persecución estética de las grandes civilizaciones, como la egipcia, la griega y la romana.

“Estos conceptos acerca de la superioridad de la raza se remontan, según las teorías que Hitler expone en el Mein Kampf, a la Grecia clásica. Hitler siempre pensó que los griegos habían alcanzado la cumbre de la civilización humana en todos los campos. En su opinión, la tribu doria, que había llegado a Grecia desde el Norte, era de origen germánico. Para llevar a término esta concepción en su país. Hitler se propone la difusión de un ideal de fuerza y de salud, que él consideraba muy cercanos a los griegos.” (Alarcón, 1996:312)



Figura 12. Venus de Willendorf 20 000 - 22 000 años a.C. y Figura 19. Venus de Milo 101 a. C.

Determinar que es “bello” y que es “feo” es un debate que se basa en la subjetividad (Eco, 2004), es claro que en la historia del arte diferentes corrientes han determinado estos conceptos, el Tercer Reich, estableció un estándar estético no solo para las mujeres sino para la sociedad en general y para quienes pertenecía a cualquiera de las partes de su organización. Para el estado nacionalista socialista la raza se ubica en el centro de los procesos históricos y su fundamento, en que las razas más fuertes tendrán una existencia mejor, tal como lo plantea la teoría de la evolución de Darwin (Gutman, 2003) En el pensamiento radical del nazismo esto se traduce a que las cualidades físicas dependen de la pureza de la sangre:

“La nueva era de hoy está produciendo un nuevo arquetipo humano.  
Las mujeres y los hombres son más saludables y fuertes: hay un nuevo sentimiento acerca de la vida (...) Nunca estuvo la humanidad tan cerca del mundo antiguo en su apariencia externa y en su manera de pensar, como está hoy” Adolf Hitler (1937)

Ya en la introducción de este capítulo, menciono el concepto de la estética y la curaduría artística hecha con el fin de perseguir lo que representaría a la Alemania nazi en temas de estética durante este periodo. Hay que resaltar que la exploración visual a través del arte sigue otras leyes que no aplican al

diseño gráfico de la propaganda nazi, en el primero el mensaje visual se entregará a partir de detalles libres de interpretación por el que contempla la obra, en cambio, en las producciones propagandísticas el mensaje es entregado de forma directa y con poco espacio para la interpretación. Los cánones de belleza instaurados en artes visuales serían la manifestación de la sociedad soñada. En su micro universo estético existían leyes de estética que se aplicarían entorno de esa Alemania (construcciones arquitectónicas, propaganda impresa, cambios en el lenguaje, etc) pero también había reglas directamente relacionadas con la fisonomía alemana.

“The body became a social site onto which political ideals were mapped. The notion of the healthy body as a microcosm for the healthy state was reiterated in the images of the “sacred wife and mother” in officially sanctioned art and promoted in a vast propaganda campaign enjoining women to lend their bodies to the movement to maintain the vitality of the race” (Gordon, 2002:168)

La mujer en la Alemania nazi es principalmente una madre de varios hijos, fuerte, rubia y saludable. Tiene como deber principal el poder poblar a Alemania con hijos guerreros, fuertes, de perfectas proporciones, pero sobre todo arios. Como lo planteó Adolf Hitler: “La mujer tiene un campo de batalla propio, cada vez que trae un hijo al mundo libra una batalla por la nación. Así como el hombre combate por el Volk [pueblo, población, gente, personas], la mujer combate por la familia”<sup>5</sup> En “El arte del Tercer Reich” Adam, P. afirma que para Goebbels, la mujer tenía el papel de ser hermosa para mantener siempre encantado a su hombre y traer hijos al mundo. Lo anterior habla de la instauración de la mujer madre y al servicio del hombre, admirada desde una visión misógina en la que la mujer está destinada a cumplir un papel meramente biológico, dentro de las organizaciones del estado nunca tuvieron un papel protagónico sino secundario, como en el caso de las guardianas de la SS, quienes en alemán eran reconocidas bajo el nombre SS-Helferin que significa “Asistente de las SS” (Rempel. 1989). Sin embargo, el estado nazi, se esforzó en crear espacios para el adoctrinamiento y la propaganda estratégica hacia la sociedad femenina. Con la institución Liga de las Mujeres Nacionalsocialista y bajo el lema de “las tres K” (Kinder, Küche, Kircher: “Niños, cocina e iglesia”), la idea de “ser madre” se potenciaría. Los medios impresos difundían este tipo de mensaje para que la sociedad lo tenga presente, como un ejemplo está la siguiente frase de la antropóloga Erna Günther:

---

<sup>5</sup> Hitler, A. (1935) discurso pronunciado en el Congreso de la Mujer nazi. En ADAM, Peter “El arte del Tercer Reich”, Edición Española Tusquets, S.A, Barcelona, 1992.

“The motherly spirit is the source of all that is eternal. Just as the farmer is deeply bound through the land to the primal forces of nature, a mother receives the rhythm of her life from god’s hand.” (Günter, 1934 en “Wir Frauen im Kampf um Deutschlands Erneuerung,” NS Frauen Warte, p. . 507).

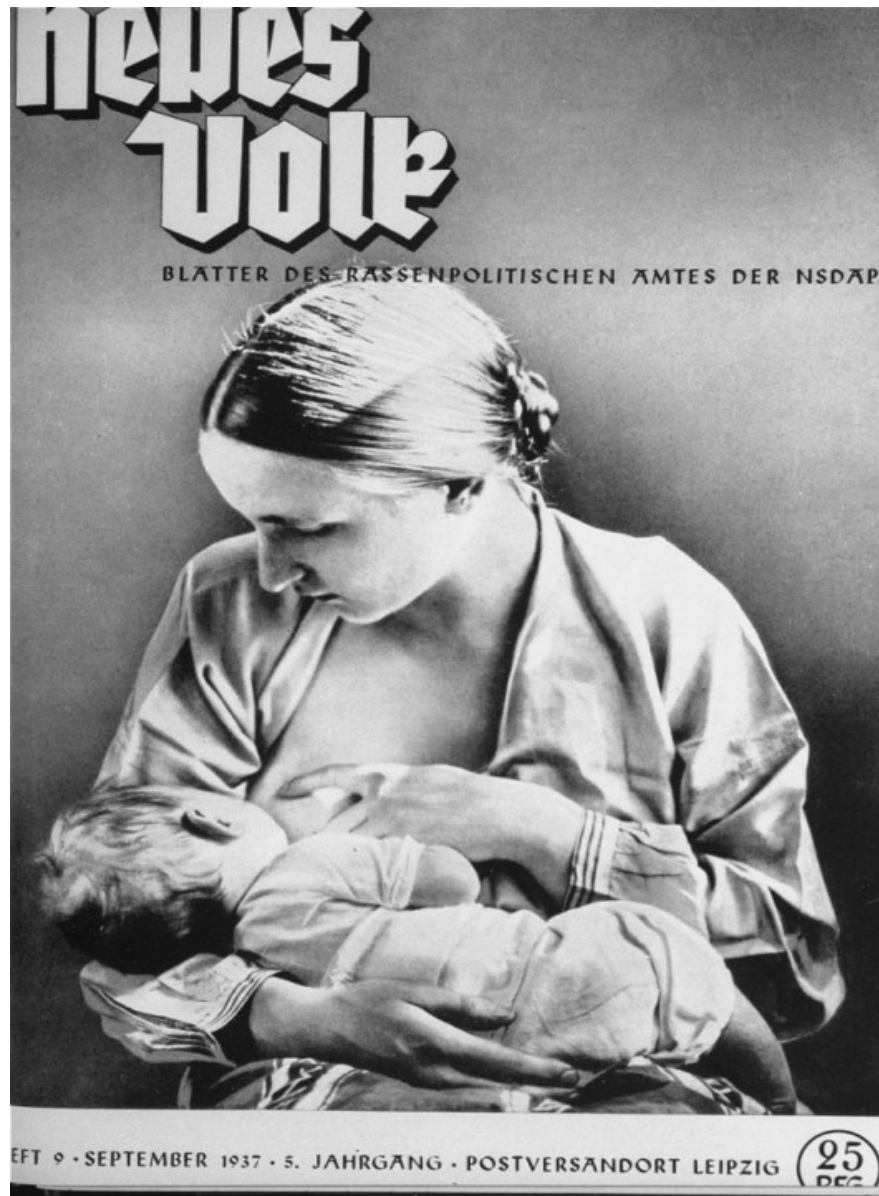


Figura 13. Portadas de revista Neues Volk (1937) con fotografía de una madre nazi. Extraído del Archivo de Propaganda Alemana de la Universidad de Calvin<sup>6</sup>

<sup>6</sup> <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/fw.htm>





Figura 14. Portada Frauen Warte (1944) Extraído del Archivo de Propaganda Alemana de la Universidad de Calvin<sup>7</sup>

<sup>7</sup> <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/ww2era.htm>



En *The Origins of Totalitarianism*, Hannah Arendt comparte un dato relacionado con el valor de la fisonomía 'aria' y como esta era decisiva para algunos aspectos del gobierno al mencionar que durante la Alemania nazi, el comandante Heinrich Luitpold Himmler seleccionaba a los aplicantes de la SS a través de fotografías para poder constatar su aspecto ario (Arendt, 1973) que consistía en las descripciones fisonómicas del pueblo nórdico, rubios, altos, guerreros saludables, ágiles y proporcionales, sin duda una descripción estética que para el líder del estado nazi encaja en sus conceptos de 'verdaderos alemanes' digna de contemplación. En los tratados racistas del escritor y eugenista alemán Günther (1922) se describe la raza aria como directamente relacionada a la fisonomía nórdica de la siguiente manera y fundamenta las descripciones y su asociación a la Alemania nazi a partir de las categorizaciones biológicas de raza superior e inferior para crear una jerarquía racial, plantea en *Rassenkunde des deutschen Volkes* (Racial Science of the German People) lo siguiente:

“La raza nórdica es alta, de piernas largas, delgada y con un promedio de estatura que entre los elementos masculinos supera normalmente 1,74 m, Los miembros son vigorosos y ágiles en su apariencia externa” (Günther, 1922)

En los estudios “*Racism and Sexism in Nazi Germany: Motherhood, Compulsory Sterilization, and the State*” de Gisela Bock se analiza el papel de la mujer en la Alemania nazi, la maternidad y la vida del hogar se convierte para ellas un júbilo o una condena, puesto que serían las madres de aquella raza, un hijo sano traería consigo admiración, pero como contraste, un hijo con deficiencias físicas se convertiría en una condena. Bock, plantea además la violencia implícita de la forzosa necesidad de ser madre durante la Alemania nazi, no solo cargaban con el peso de la genética y la raza si no con el control implícito de poder controlar la cantidad de hijos que se tendrían, la familia nazi ideal estaría construida a partir de dos hijos. Todo este pensamiento era entregado a las mujeres a través de la propaganda, donde aquellas con posibilidades de mantenerse dentro del canon de belleza de la época fortalecido por los conceptos de superioridad racial.

Contradictoriamente para la posible masificación de la propaganda la mujer nazi no sería únicamente retratada como la madre cabeza de familia o como Gisela Bock las describe: “mothers of the race,” or, in stark contrast, vilified, as the ones guilty of “racial degeneration” (Bock, 1983) sino que también serían idealizadas como una mujer a la vanguardia de la moda (nazi chic), saludable y enérgica, una fachada que vende y no que atemoriza. Visualmente la mujer como madre tiene protagonismo en la sociedad, sin embargo, se representa la mujer alemana en diferentes versiones del micro universo estético del Tercer Reich. El cuerpo femenino en la propaganda visual del régimen es tan contundente como el masculino siempre dentro de los esquemas de belleza clásica y aria. Contradictoriamente,

existe una horizontalidad entre hombres y mujeres del estado totalitario sin esto la sociedad no consigue ser una mezcla homogénea. El cuerpo femenino se convierte en otro símbolo del estado, forma parte del deseo y admiración de la sociedad.



Figura 15. Josef Thorak "Deutscher Mann und deutsche Frau" Figures for the German pavilion "Deutschen Haus" (1937)

Para incluir el cuerpo femenino como dispositivo del estado, debemos comprender su categorización estética. La percepción de lo “bello” resulta en satisfacción visual, pero también de ideas preconcebidas de belleza (Eco,2004:10) En la teoría de la Gestalt, cuando una imagen está construida a través de sus leyes, entonces será posible percibir por medio de un proceso mental simple, que genera el deseo de la contemplación ( Acha, 1998) lo que quiere decir que dentro de este escenario no necesitamos que la imagen cumpla un estándar de belleza sino que siga una serie de reglas. Sin embargo, cuando se crea el deseo de contemplación, el sujeto se puede enfrentar ante la percepción estética. El canon de belleza del Tercer Reich está inspirado en obras de ideales estéticos del arte grecorromano. “El arte griego pone en primer lugar la visión subjetiva” (Eco,2004: 42), lo que quiere decir que se enfoca en las percepciones, pero además lo relaciona con los conceptos de geometría de Platón y Pitágoras donde la belleza está en la proporción de las partes.

Las representaciones del cuerpo femenino del Tercer Reich estaban además ligadas a nociones de los estudios anatómicos y análisis de la proporción humana, por un lado las del médico y escultor Paul Richer (1893) quien en sus estudios de representación humana de ‘Nouvelle Anatomie Artistique du Corps Humain’ incluye una sección especializada en la morfología femenina ‘Morphologie: la femme’ (1920) para su representación en la escultura; Richer estudió el cuerpo humano como un todo y en sus estudios Canon du corps humain plantea un canon de belleza inspirado en la la estética griega de proporciones y simetría donde hay un equilibrio de las partes con el todo. Richer basa sus estudios en las medidas del esqueleto humano, una medida que no se puede cambiar y que es proporcional a cada parte de este.

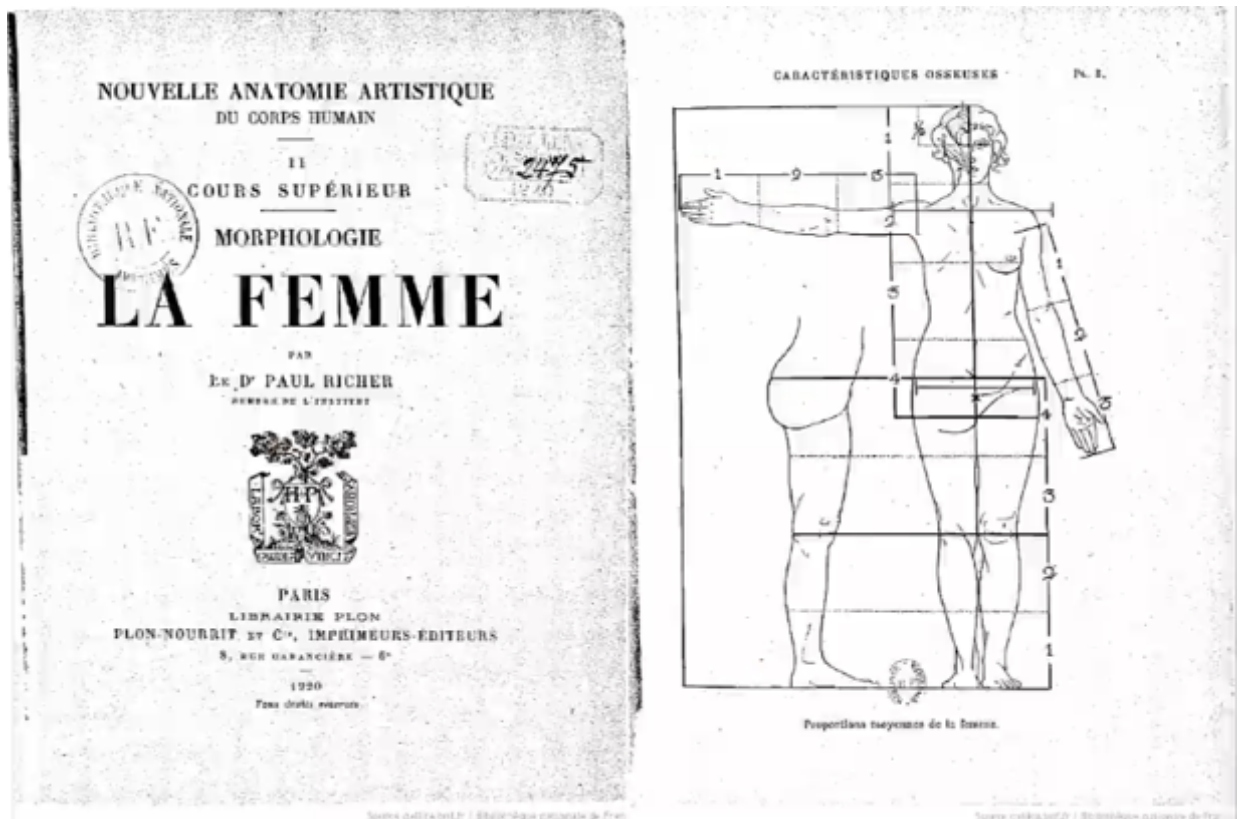


Figura 16. Ilustraciones de Paul Richer 'Morphologie: la femme' (1920)

Estos estudios plantean los mismos estudios de Leonardo Da Vinci con El Hombre de Vitruvio, que determina las proporciones ideales del cuerpo (la divina proporción) además de aquella noción del antropocentrismo durante el renacimiento donde el hombre es el centro del universo, esto permite una asociación coherente de su uso como referencia en la estética del Tercer Reich. Los elementos del arte han servido como alusivos para la sociedad.

La Gran Exhibición de Arte Alemán de 1937 (Große Deutsche Kunstausstellung) se encargó de presentar los estándares de belleza que se intentaban restablecer en la sociedad. A partir de la visión estética del Reich, se representó desde la pintura y la escultura el cuerpo femenino. Lo anterior nos permite entender las bases de la representación humana en la representación anatómica del Tercer Reich teniendo en cuenta que su líder consideraba el arte griego como libre de cualquier influencia judías (Grosshans. 1983) y que además, se adhiere a aquel concepto de las proporciones ideales del cuerpo humano del Renacimiento.



Figura 17. Escultura mujer por Fritz Klimsch y Figura 26. la representación de la familia 'pura y aria' en la portada de un calendario de 1938 para la revista Neues Volk

En 1941 el líder del estado nazi dejaba en evidencia su obsesión por lo que consideraba 'bello' y bajo este argumento instrumentalizar los cuerpos a través de la estética grecorromana continuamente representada en las artes y la propaganda. La 'purificación' de aquello que degenera la sociedad alemana, comenzaría a través de los estándares estéticos que uniforman, controlan y homogenizan la sociedad.

"Mankind has a natural drive to discover beauty. How rich the world will be for him who uses his senses. Furthermore, nature has instilled in everyone the desire to share with others everything beautiful that one encounters. The beautiful should reign over humans; the beautiful itself wants to retain its power". (desde Spotts, 2003:119)

El cuerpo femenino se convierte en un dispositivo en el que la ideología se materializa, los efectos de la repetición de la estética grecorromana, los discursos de odio y supremacía racial de la propaganda del Tercer Reich, se adaptan al concepto habitus. Para Pierre Bourdieu el concepto Habitus estudiado

en *La distinción. Critique sociale du jugement* (1997) explica cómo el cuerpo humano es un conjunto de creencias, prácticas y tendencias percibidas por la sociedad como 'naturales'



Figura 18. Escultura Venus de Milo y fotografía de Gertrud Scholtz-Klink directora de la rama femenina del estado nazi

El Habitus sugiere que gustos estéticos pueden consolidar sentimientos de superioridad y que además los rasgos de la fisonomía que 'gusta' se convierten en una representación de la comunidad imaginaria lo que permite intuir que a través de las representaciones estéticas el régimen puede adoctrinar, la sociedad comienza a comportarse y a verse como las representaciones estéticas como una mimesis de las artes en la sociedad. Las ideas de belleza de arte clásico son replicadas con la intención de instrumentalizar los los cuerpos de hombres y mujeres, adaptarlos a una nueva estética y hacerlos partícipes de la propaganda estatal. Umberto Eco, cuenta que ante la pregunta al Oráculo de Delfos sobre qué es la belleza respondió 'bello es lo que gusta' (2004:39), quizás la estética nazi decidió hacer un retorno visual al arte clásico con la intención de gustar para así poder movilizar. En

aquel intento de gustar, podemos deducir que el estado asume que la raza aria posee la fisionomía del arte prehelenístico, y pasa por alto que al ser arios entran en la categorización de pueblo germánico, lo que implica que no es posible que compartan similitudes con la fisionomía griega. En el estudio sociológico *The Races of Europe* (1899) se categoriza a las personas provenientes de Grecia como pertenecientes a la raza mediterránea: “cara ovalada; características bien definidas y elegantemente formados; tez oscura; ojos marrones oscuro o negro; girando temprana gris pelo negro’ (Zipler, W.1899: 121) Apesar de no compartir características físicas, el estado nazi se mantiene en su admiración por el canon de belleza de este periodo y su intención de replicarlo en sus obras propagandísticas. El Tercer Reich dedica parte de su propaganda a fortalecer el ideario del cuerpo como esculturas greco romanas. La propaganda acompaña el discurso político del estado y permite formar percepciones alrededor del concepto “raza superior”.

Como el objetivo de este proyecto es reflexionar sobre la estética del cuerpo femenino en las artes visuales del estado nazi, era necesario comprender el estándar de belleza y fealdad de la época, no solo en términos estéticos sino en estándares morales o genéticos que fueron creados por el estado. Dedicó parte del material propagandístico al público femenino con la intención de ingresar a la esfera privada de la sociedad: el hogar.

Al dominar la mente de las madres, el estado nazi puede confiar en el despliegue informativo de su discurso político. La mujer se convierte en otro dispositivo de propaganda puesto que entregará información sobre valores morales o estéticos a sus hijos. La imagen propagandística del cuerpo femenino les recordará “las tres K” (Kinder, Küche, Kircher: “Niños, cocina e iglesia”). Pero además las aproxima a la percepción visual del cuerpo femenino como una escultura de dioses del Olimpo. El mensaje visual de la propaganda nazi acrecienta la idea de superioridad racial. Si el cuerpo femenino ya estaba siendo instrumentalizado para el estándar estético, los niños, la cocina y la iglesia ¿Qué podía faltar en la instrumentalización del cuerpo femenino? ¿La militancia?



## Capítulo 2. . Cuerpo femenino en el Cinema & Diseño Gráfico del Tercer Reich

“Art is powerful, and therefore dangerous. Poetry, drama, music, painting, dance, all stir up our emotions. All of the arts move people powerfully. They can strongly influence our behavior, and even our character”.

El cuerpo femenino fue un área explorada en las efigies del Tercer Reich, si bien la propaganda estaba dirigida a soldados y a la población en general, la figura femenina encajaba para explicar el rol de la mujer en la sociedad nazista. En el anterior capítulo, cavilamos sobre los resultados visuales de las tendencias políticas y culturales del régimen y como estas ayudaron a la idealización del cuerpo alemán. En este capítulo se analizarán figuras, que instrumentalizan el cuerpo femenino para acompañar el discurso político, la idealización del cuerpo fortalece en la sociedad de la Alemania nazi las ideas de superioridad racial. Sobre el arte del Tercer Reich, Terri (2002) afirma:

“The body became a social site onto which political ideals were mapped. The notion of the healthy body as a microcosm for the healthy state was reiterated in the images of the “sacred wife and mother” in officially sanctioned art and promoted in a vast propaganda campaign enjoining women to lend their bodies to the movement to maintain the vitality of the race” (2002:165)

Para escribir sobre el cuerpo como dispositivo del estado en la sociedad alemana, este capítulo hace alusión la idea de los cuerpos dóciles y la disciplina de Foucault. Aquí encontramos un cuerpo femenino entrenado, que no se encuentra únicamente enfocado al lema de “las tres K” En este escenario el cuerpo es enfrentado a la idealización del superhombre. Para poder observar las estrategias gráficas y estéticas mencionadas en el capítulo uno, el siguiente análisis será a través de las intenciones visuales sobre las que estaba plasmada la fisonomía. Ya comprendemos las bases de lo que tendría que ser considerado ‘bello’: la fisonomía del cuerpo grecorromano y clásico, junto a los detalles genéticos de la raza aria (ojos azules, piel blanca y cabello rubio). A estas valorizaciones se añadirá el cuerpo atlético, que se conjuga con los elementos gráficos creados para el Tercer Reich, y que ahora entregan a la propiedad un dispositivo para contemplar y por tanto replicar. Es el inicio de la sociedad homogénea.

En este apartado reflexionaremos sobre exploraciones visuales de los cuerpos femeninos desde dos obras de la propaganda nazi: Primero, la interpretación de la mujer en el arte impreso de las revistas y los posters de la liga femenina Bund Deutsche Madel (BDM), y su evolución de niñas



programadas para la maternidad a niñas programadas para la militancia. Las revistas de propaganda nazi son dispositivos que cautivan y producen obediencia por parte de las mujeres jóvenes. En este caso el cuerpo femenino es una figura alcanzable, imágenes que están directamente ligada a la realidad y la vida diaria. Segundo, la representación en producciones audiovisuales de Leni Riefenstahl, en Olympia (1936) el cuerpo femenino está ligado a esa belleza etérea, a la belleza simétrica, el cuerpo super poderoso de la mujer de las olimpiadas de 1936. En este caso, el cuerpo femenino se entrega como una escultura en movimiento.



Figura 19. Portada Das Deustche Madel (1935) y portada del filme Olympia (1936)

En el mito griego del escultor Pígalión, el artista se enamora de la belleza simétrica de su escultura femenina llamada Galatea, al final de la historia la escultura cobra vida gracias a la perpetua contemplación del escultor. El arte puede tener un efecto positivo o negativo sobre el individuo que lo contempla, así como en la historia de Pígalión, el hecho de que un estado obras para señalar el canon de belleza de la época funciona como otra herramienta de adoctrinamiento, pues al final el ideal de belleza termina siendo replicado por la sociedad. El cuerpo femenino de del Tercer Reich estará inspirado en las esculturas atléticas grecorromanas, y será obediente dentro de la nueva militancia del régimen.

## 2.1 Persuadir y homogeneizar a través del diseño gráfico: el cuerpo para uniformar



Figura 20. Poster de promoción para la BDM (1934) extraído del Archivo de Propaganda Alemana de la Universidad de Calvin<sup>8</sup>

“The Hitler government understood that capturing and using the youth of the nation was central to its goal of a total state, and ultimately, to a thousand-year Reich. Properly indoctrinated, rather than provided with a classical education, the German youth would be prepared to be obedient subjects, rather than independent citizens.” Behreandt (2018)

---

<sup>8</sup> <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/maedel.htm>

Para el régimen nazi era importante captar la atención de la juventud, ya que la considerada el futuro de la nación (O'Shaughnessy. 2009), una sociedad obediente requiere de adoctrinamiento desde temprana edad. Los niños y niñas del Tercer Reich podían unirse a los grupos de las juventudes hitlerianas desde los 10 años, para las niñas el entrenamiento se esforzaba en la repetición de la ideología de las “las tres K” (Kinder, Küche, Kircher: “Niños, cocina e iglesia”). En principio ser madre instrumentaliza al género femenino, pero al tratar con niñas es el sentido de pertenencia a la BDM como comunidad que las hará parte de la maquinaria estatal, ser parte de la liga femenina las hace agentes activos dentro del régimen nazi.

La Liga de Chicas Alemanas (BDM) tuvo origen al final del régimen político que precedió al periodo nazi, la república de Weimar, como parte de las organizaciones nazis para mujeres. El desarrollo de estas organizaciones tuvo como fin moldear a la juventud dentro de los ideales y prácticas del nazismo. Como todas las organizaciones del Tercer Reich, la BDM tenía su propio material gráfico. En la propaganda dirigida a niñas de la BDM el cuerpo femenino se muestra como un dispositivo que las inspira y que les reitera ideas de superioridad racial. Se entrega la misma información de los principios morales y estéticos del régimen con la intención de hacerlas partes de la colectiva de categoría ‘pura’ y ‘ordenada’. La BDM es una muestra de la ambigüedad del régimen en cuanto al papel de la mujer en la sociedad puesto que a pesar de que la mayoría material estaba destinado a fortalecer la idea de la maternidad como acción principal de la mujer, la pertenencia a este grupo daba espacio para poder disfrutar de las mismas actividades que solo el género masculino tenía en su correspondiente liga juvenil. De acuerdo con el archivo online de propaganda alemana, la revista *Das Deutsche Mädel* era una guía visual de cómo debían ser las niñas que pertenecían a la Liga Femenina de las Juventudes Hitlerianas (Bund Deutscher Mädel). En *Creating Conformity: The Training of Girls in the Bund Deutscher Mädel* se afirma que:

“Many girls were attracted to the BDM because it gave them the chance to do ‘what only boys were allowed to do’, for example, to have more independence from their parents, go on trips and take part in group activities” (Pine. 2003:368)

La revista *Das Deutsche Mädel Magazine* y los posters de *Bund Deutscher Mädel*, extraídos del archivo publico de propaganda alemana de la Universidad de Calvin, reiteraban y promocionaban la estética nazi ‘cabello rubio, ojos claros, cuerpos atléticos’ acompañado de la línea gráfica estatal. La propaganda del BDM continúa implantando la ideología de ‘las tres K’, pero contradictoriamente añade un espacio para el entrenamiento físico, un entrenamiento militar. El despliegue de marca del estado nazi, junto con la propaganda destinada a las niñas de la BDM, les enseña la categorización en

la que se mueve la sociedad. Al hacerlas parte de la militancia también les da el poder de identificar y detener a los transgresores de la sociedad. Douglas plantea que “The ideal order of society is guarded by dangers which threaten transgressors.” (1966:8) lo que nos invita a pensar que al pertenecer a la militancia de la BDM, las jóvenes se convierten en agentes de control de la sociedad y ayudan a mantener el orden; al corresponderle al estado, pueden categorizarse como juventud ordenada a su favor y acoplarse a su correspondiente categorización (Douglas, 1966) La BDM, estaba conformada por mujeres jóvenes uniformadas, ya no son agentes individuales que hacen parte de la masa exaltada por el gobierno. Ahora son parte del estilo estético y discursivo de la propaganda del estado nacionalsocialista, pertenecer a la BDM implica ser una pieza de propaganda en movimiento. El uniforme exalta el sentido de pertenencia de la nueva comunidad y materializa la normalidad teatral del Tercer Reich. Los matices estéticos creados para la propaganda nazi explican de manera directa y repetitiva como es el ‘deber ser’ de quienes pertenecían a este grupo.



Figura 21. Diseño de uniformes para la BDM extraídos del ‘Nazi Brand Book’ vs. fotografía de chicas miembro de la BDM (1935)

Si el gobierno nazi se plantea propagar la nueva idea de mujer-madre alemana, lo mejor sería fomentar los principios de disciplina y colectividad desde temprana edad. Esta metodología no es solo una mención de los estados totalitarios como el Tercer Reich, dicho entrenamiento también se ha llevado a cabo en dictaduras como las de Italia con Benito Mussolini (1922-1945) y España con Francisco Franco (1939-1975), o en movimientos infantiles y juveniles como el escultismo, todo con el fin de hacer que la juventud comience a hacer parte de una comunidad que no cuestiona las decisiones radicales del estado.

La liga de chicas alemanas contó con aproximadamente 1.5 millones de jóvenes registradas. Su principal objetivo era adoctrinar creencias e ideales de mujeres menores de edad, asegurándose

además de que las participantes cumplieran con los estándares de mujer nazi: “BDM members were required to have german parents, be in good health, and conform to Nazi racial ideals”

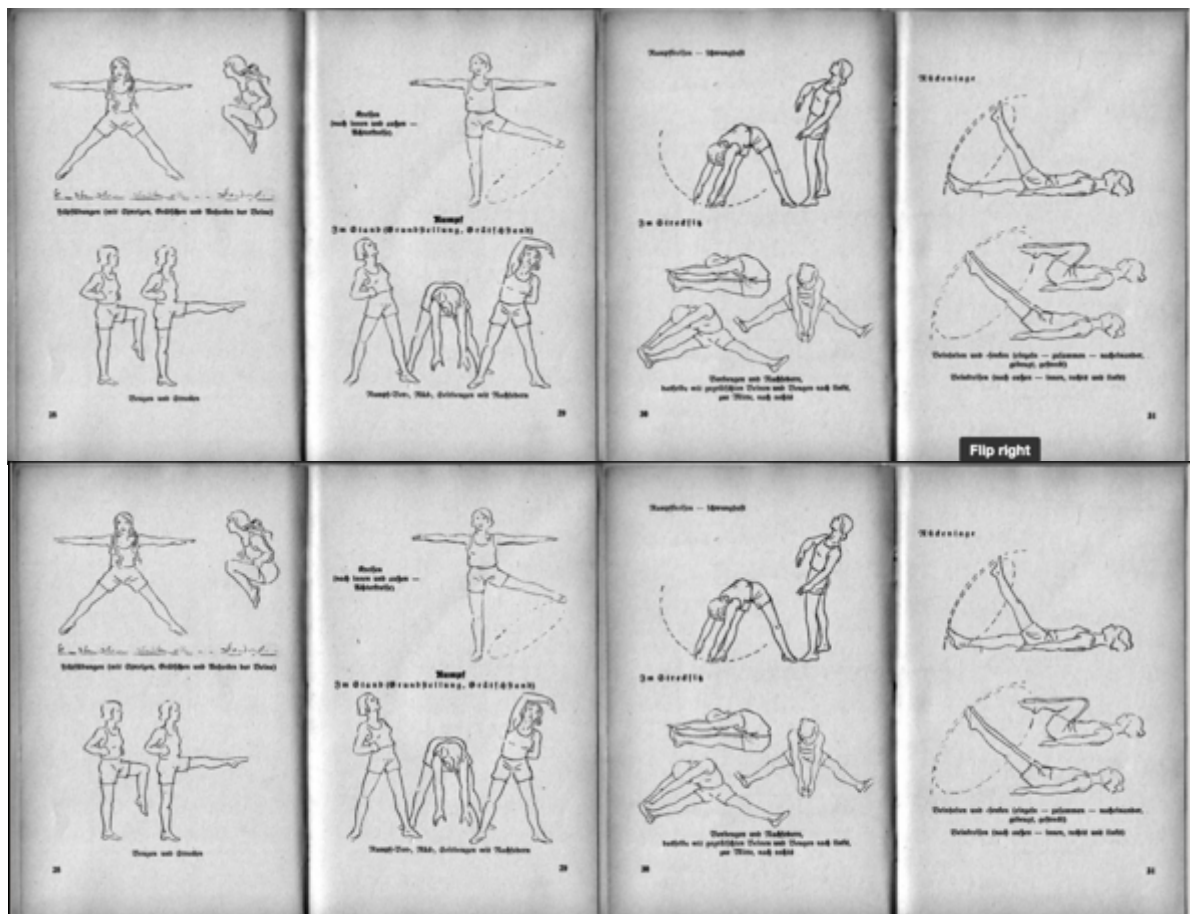


Figura 22. Imágenes rutina obligatoria de ejercicios del libro de mano Madel in dienft (Niñas al Servicio) extraídas la librería virtual Internet Archive<sup>9</sup>

Una revista es un medio de comunicación visual capaz de resaltar los cánones de belleza y los ideales del atractivo físico, a través del tiempo las revistas han enfocado su target al público femenino. La imagen de la mujer ideal nazi es el resultado de influencias sociales y culturales, Canguilhem señala: “[...] para apreciar que es lo normal para el cuerpo es necesario mirar más allá de ese mismo cuerpo.” (Canguilhem, 1971: 153) La revista mensual Das deutsche Mädel, llevará a las niñas y mujeres jóvenes a adaptarse a un habitus (Bourdieu, 1997), y sus decisiones estéticas quedarán interiorizadas gracias a la repetición del estándar eugenésico, sus percepciones y acciones se encuentran moldeadas por el estado nazi. Por esto, es que las decisiones visuales de la revista dan una guía de los cánones estéticos y morales, en el caso de la revista Das Deutsche Madel, el cuerpo femenino es un dispositivo del estado.

<sup>9</sup> Madel in dienft <https://archive.org/details/MaedelimDienstBDMSport>



La revista mantuvo a las chicas de la liga informaba sobre el comportamiento de la mujer en la guerra, sobre la vida en el campo, sobre los beneficios de ser niñas alemanas, la maternidad, la política y sobre el líder, pero sobre todas las cosas, información visual sobre el cuerpo sano para conseguir ahondar en aquellas ideas de la eugenesia nazi. Las Olimpiadas de 1936 influenciaron la forma en que los cuerpos serían representados, a pesar de que la revista ya había dedicado varias portadas a mostrar las niñas deportistas y saludables de la BDM, en las ediciones anteriores a las olimpiadas el contenido la revista se diagramaba de una manera sencilla, bloque de textos pesados acompañados por fotografías de la época con niñas uniformadas pero en disposiciones corporales más auténticas y más humanas, experimentando la nueva la vida diaria a la que era sumergida Alemania durante el Tercer Reich, estas decisiones gráficas no deben ser asumidas como accidentales, puesto que van acorde con aquella metodología de repetición usada durante todo el régimen.

En este caso, no se usa el terror como herramienta de persuasión, sino que se cautiva a la juventud a partir del arte y las representaciones visuales del cuerpo femenino apropiado de la estética aceptada por el régimen. Como plantea Hinz (1978:234) en *Arte e Ideología del Nazismo*: “El arte totalitario como norma vinculante adopta el tipo medio de la mentalidad de la gran masa y elimina lo particular. El contenido y su importancia propagandística son los elementos prioritarios. Lo ilustra por medio de un realismo estereotipado, adecuado a los hábitos visuales de la masa” El material gráfico de *Das deutsche Mädel* fue principalmente repetitivo, pesado y monótono: los la diagramación carecía de novedad, el uso de tipografía serifada hace que la lectura se torne lenta y visualmente pesada sin embargo su composición visual se adapta a aquellos elementos usados desde el inicio por el Tercer Reich en su propaganda y que por tanto potencia ‘hábito visual’ de quienes reciben la información y que les permite conectarse emocionalmente con la gráfica de la revista.

# An alle deutschen Eltern!

Warum wollt Ihr Eure Mädel nicht dem Bund Deutscher Mädel beitreten lassen?  
 2 1/2 Millionen deutscher Mädel stehen heute in unseren Reihen; somit sind wir der größte Mädelbund überhaupt!  
 Manche Fragen und Bedenken sind es, die Euch abhalten, Eure Kinder in den Bund Deutscher Mädel zu schicken;  
 Wir wollen an Hand nachstehender Ausführungen alle Eure Bedenken widerlegen und Eure Fragen beantworten.  
 Wir wollen an Hand nachstehender Ausführungen alle Eure Bedenken widerlegen und Eure Fragen beantworten.

## Die Eltern fragen: Was hat der B.D.M. für einen Sinn?

Alle arischen und gesunden Mädel wollen wir zusammenschließen in einer großen Gemeinschaft, die alle Standes-  
 unterschiede ausgleicht und Voraussetzung ist für das deutsche Volk von morgen. Wir wollen die Mädel körper-  
 lich und geistig erüchtigen und zu ehelichen, aufstretenden und deutschen Menschen erziehen. Wir stehen nach nation-  
 alsozialistischem Grundlag auf dem Prinzip der Leistung, fördern die Mädel auch in beruflicher Hinsicht und  
 verschaffen ihnen entsprechend ihrem Können Arbeits-  
 Neben der zulässigen Schulung in ihrem eigenen  
 auszubilden in eigenen Kursen, die die D.A.F. zusa-  
 Echelungsbedürftige werden aufs Land verbracht, Begabte  
 oder in ihrem Berufsvorweg untergebracht. Begabte  
 die außer Haus sein müssen, werden in einem eig-  
 gegenseitig helfen und fördern und uns von art-  
 aber auch lernen, sich selbst zurückstellen zu könn-

## Die Eltern fragen: Was tut Ihr in

Unter Arbeitsgebiet ist sehr mannigfaltig. Es  
 und nach den Verhältnissen richten. Die  
 die Fahrten stehen mit an erster Stelle.  
 Unter geistiger Schulung verstehen wir das  
 schichte in Vergangenheit und Gegenwart; d-  
 des deutschen Volkes erkennen lernen und  
 schäfts- und Kulturpolitikern leben lernen.  
 Wir beschäftigen uns unter Anweisung der  
 deutsche Literatur. Deutschem Volkstum  
 abenden lernen die Mädel Praktisches,  
 Schule und Elternhaus, ermöglicht eifrig

## Die Eltern fragen: Warum tre

Durch die Kunst soll die Einheitschaf-  
 Sanberkeit und Ordnung. Auch das  
 er Kunst nicht dabei, wie er ge-  
 dies mit der



Figura 23. Material gráfico Das deutsche Mädel (1934) extraídas la librería virtual Internet Archive

En las versiones siguientes a las Olimpiadas, se mantuvo la información regular de la revista sobre la vida de la mujer alemana pero con un enfoque diferente hacia la representación de los cuerpos femeninos, ahora los grupos de niñas uniformadas se mostraban en grandes eventos en disposiciones corporales organizadas, exactas y milimétricas, no había individualidad sino un todo, como en la danza, donde el cuerpo de baile se mueve como uno solo. Esta disposición corpórea de las niñas de la BDM termina siendo una muestra de aquella masa que antes solo era fanática del Tercer Reich por una totalmente adoctrinada. La versión de marzo de 1936 tiene una fotografía de una multitud con niñas de la BDM elevando sus manos y señalando hacia el frente, hacen parte de aquella masa emocionada que cree ciegamente en el estado, ahora son representadas masa organizada y disciplinada del estado, este tipo de imágenes fue disminuyendo paulatinamente en los ejemplares siguientes junto con la diagramación de la revista donde se empieza a hacer uso de collages en la mitad de los textos, casi para resaltar el valor que se le daría a la figura femenina, seguido además de artículos relacionados con las artes visuales pero ahora haciendo énfasis en la escultura, la revista empezó a explorar el cuerpo a través de las representaciones del mismo en la escultura de artistas alemanes previamente aprobados por el régimen, pues sus obras reflejaban lo bello del arte clásico.



Figura 24. Material gráfico Das deutsche Mädel (1934) extraído del archivo virtual de propaganda Alemana de la Universidad de Calvin

Es aquí cuando las ficciones planeadas por el Tercer Reich logran materializarse: al resaltar el cuerpo deportista y vincularlo con la escultura, se crea un estereotipo del cuerpo de las mujeres que se puede



relacionar con la belleza clásica de las esculturas greco romanas, la fisonomía de una raza superior. Esto, unido al uso de uniformes crea un peligroso sentido de pertenencia al nazismo.

dem wieder ist es ja ein Teil der großen Bewegung Adolf Hitlers, der sich im Sturm die Herzen aller erobert.

Warum das alles kam? Nun, das ist mit einem Wort kaum gesagt und für den nur schwer ersichtlich, der diese große Stunde einer der größten Gliederungen der Partei nicht miterlebt. Ich bleibe jedoch dabei, daß ich der BDM für alle Zeiten seinen Platz in der Halle der Veranstaltungen gesichert hat, gesichert durch einen Hochmittag unter den Augen des Führers.

Der BDM hat sich seinen Platz auf dem Reichsparteitag in Nürnberg, neben seinen Hamburger Veranstaltungen in einem einzigen kunden, unbedingten Bild eingezeichnet. 5000 BDM-Mädchen haben durch Bekleidung von lieblicher Schönheit und strahlender Gesundheit, durch Doppelschürzen, Halberfanen und Dreiecke in den Parteitagen der Nationalsozialistischen Deutschen Arbeiterpartei die Gesundheit und Bekanntheit gesichert, die diesem Tage bis heute eigentlich fehlte.

Das aber war notwendig und ist ein besonderes Verdienst des BDM, denn nur den Parteitagen einmal erlebte, der weiß, daß neben dem Träumen der Marschmusik, dem Knattern der Fahnen und Standarten, neben den Kampfspielen, neben den Musikklubs der Partei und ihrer Kampfverbände, daß neben all den männlichen Jägern, die unsere Parteitage mit Kraft tragen und tragen sollen, das weibliche Element bislang nicht voll zu seinem Recht gekommen ist.

Führer begrüßt, als er von einer der Rundgelangen zurückkehrt. Er ließ sie ja sich kommen, so erzählt ihm von Leib und Kampf ihrer Heimat; und als sie dann wieder auf Schilddrüse des Rauchs über die Grenze gingen, da nahmen sie mit sich ein Wort des Führers, das ihnen neue Kraft gab für ihren Einsatz: „Deutschland lebt länger als jede einzelne Frau!“ —

Nur eine kurze Spanne Zeit liegt zwischen diesem Geschehen, und doch welche Wandlung hat sich im Leben des deutschen Volkes vollzogen! Zehn Millionen Deutsche sind heimgekehrt ins Reich. Die Ostmark und Sudetenland sind unser. Sowjetdeutschland wurde Wirklichkeit!

H. M.

### Nürnberg umjubelt den BDM.

Nürnberg erlebte im „Tag der Gewerkschaft“ eine der größten Veranstaltungen im Reichsparteitag überhaupt. Die Mädchen hatten einen prächtigen, das waren sie mit so diesem Tage im Gegensatz zu den anderen, wird nicht durch nur dem Führer anwesend sein. Hermann Ehrlich, ein alter Kämpfer der BDM, hat dem Gewerkschaftstag die „Gewerkschaften“ sagt darüber:

Es ist in all den Jahren so gewesen, daß immer eine Gliederung der Partei, daß immer eine Veranstaltung, eine Tagung so etwas wie den Höhepunkt des Reichsparteitages darstellte. Im vorigen Jahre war es ohne Zweifel der Arbeitsdienst, der wie im Sturm sich die jubelnde Zustimmung der Massen verschaffte und ihn während des ganzen Parteitages beherrschte.

Das Wort des Führers vom vorigen Jahre: Das deutsche Volk sieht Euch! war nicht als wahr. Die Partei sieht, die Gliederungen und Verbände haben das wirklich anerkannt, wirklich, weil ja jede Gliederung der Bewegung Teil der Bewegung ist und weil der Erfolg eines Teiles dieses Ganzen Ehre für das Ganze bedeutet.

In diesem Jahre hat sich, das heißt sich, der BDM, diesen schönen und hohen Preis geholt. Und wieder ist es die Partei und sind es ihre Gliederungen, die sich die höchsten Verdienste dieses Erfolges sind.

Figura 25. Fotografía Revista BDM Marzo (1936) extraídas la librería virtual Internet Archive



Figura 26. Extractos revista mensual BDM (1936) extraídas la librería virtual Internet Archive

El fervor a Adolf Hitler que se creó en las mujeres jóvenes a partir de los métodos de difusión y propaganda Tercer Reich quizá sean la razón por la que las mujeres estaban involucradas, no en las decisiones, pero si la implementación de las atrocidades del holocausto (Lower 2013:20) El estado



totalitario se presenta ante la sociedad sigilosamente, tarda casi 10 años en cambiar el pensamiento de una sociedad a tal manera, que consigue justificar durante la guerra el asesinato arbitrario hacia los que eran considerados inferiores según la categorización dentro del régimen. La BDM finalmente fue un espacio de construcción femenino que participará activamente, así como lo plantean autoras como Gisela Bock o Wendy Lower, cómo juventud que será madre de los futuros nazis o como cuerpo militante que hace parte de la masa del estado.



Figura 27. Extractos revista BDM (1937) Extraída de la biblioteca virtual Internet Archive

Las niñas disfrazadas para el Tercer Reich serán las madres del mañana así que entran a la norma del estado nazi y crecerán para convertirse en los cuerpos del poder disciplinario, la mente se convierte en parte principal de la doctrina y el cuerpo el disfraz la normalidad. La BDM ya tenía dentro de su material gráfico como el libro de mano *Mädel im Dienst* (Girls in the Service), un pequeño libro ilustrado que servía como manual de comportamiento para quienes pertenecían a las juventudes Hitlerianas, en la parte que trataba entrenamiento físico se relacionaba el concepto de la disciplina con el del fortalecimiento del cuerpo a través de serie de ejercicios que debían ser repetidos una vez en la

mañana y otra vez en la noche, sin embargo estos manuales no presentaban ningún llamado estético para las niñas, por tanto otro medio propagandístico tendría que ser usado.

“From the minute they do the BDM uniforms, elaborate with emblems, letters, triangles, and swastikas, one thought governs their lives; a mature thought, nourished by biological eagerness and restlessness: What can we do, what can we learn, how can we live to prepare ourselves for our great mission—to be the mothers of Hitler’s future soldiers?” (Ziemer,1975)

El adiestramiento del cuerpo es necesario para poder pertenecer al régimen, como plantea Foucault en su ensayo *Vigilar y Castigar* (1975), el pensamiento de los cuerpos dóciles plantea que el cuerpo puede ser moldeado para ser productivo y obediente. En el caso del estado nazi, el cuerpo está sometido a normas de estética e ideales de genética, quien no las tiene igual se puede adaptar haciendo parte de grupos que exigen actividades que con el paso del tiempo mejoran el cuerpo en pro de los arquetipos del estado. La estética entregada a las niñas de la BDM se exalta de manera positiva y se olvida el terror de la propaganda antisemita, el cuerpo obediente no será adoctrinado a través del terror sino del cuerpo saludable, uniformado y disciplinado. La docilización y estetización de los cuerpos es esencial para el proceso de control de las mentes llevado a cabo por el régimen nazi, al final de su entrenamiento los cuerpos de las niñas de la BDM se convierten en cuerpos adiestrados ahora solo queda ponerlos en movimiento.

## 2.2 De la imagen estática al movimiento. El cuerpo idealizado.

“¿Qué importan las víctimas si el gesto es bello?”

Laurent Tailhade. 1893 (en Paredes, 2009: 92).

El cine tiene la posibilidad de hacer un tipo de memoria diferente al de la pintura o la fotografía. El lente de Leni Riefenstahl, directora de las producciones audiovisuales más memorables del régimen, se encargaría de retratar la parafernalia que acompañó el estado totalitario; sus imágenes han sido catalogadas como un referente de alto contenido artístico. El valor agregado del cine está en la capacidad de inmersión a los universos ficticios, son imágenes en movimiento. En el caso del Tercer Reich la saturación visual del estado nazi se hizo camino hasta cada una de las aristas de la dimensión estética, su llegada a la industria es solo una oportunidad más para continuar con el despliegue visual, donde esculturas de prehelenísticas toman vida o en la que toda una sociedad está programada para moverse como un todo. El cine de Leni está la intención de mostrar la sociedad movilizada para el régimen, es propaganda en movimiento que instrumentaliza los cuerpos para resaltar concepciones morales y estéticas del estado nazi. Sus producciones immortalizan los rituales y la presencia sacro-teatral del Tercer Reich a partir de metáforas visuales que exaltarán a la sociedad. En *War and Cinema*, Virilio afirma que el plan de Hitler para el régimen nazista era “transformation of Europe into a cinema screen” (1989:53)

El cine documental de Leni Riefenstahl nos aproxima a esas percepciones visuales, presentando cuerpos humanos ante escenarios que hacen sentir la inmensidad del entorno ante el cuerpo humano. En el *Triunfo de la Voluntad* (*Triumph des Willens*) de 1935 por ejemplo, la directora decide iniciar la película una secuencia aérea, de la llegada de Adolf Hitler a Nuremberg y antes de sumergirnos en el mundo ciudadano de la Alemania nazi hace una metáfora del dirigente atravesando los cielos, enfrentando la naturaleza para finalmente aterrizar en la mitad de una multitud expectante, como la encarnación moderna de aquellos mitos germánicos que llevaría la nación a su mayor gloria, como un héroe. Este documental nos permite conocer la sociedad alemana y el despliegue estético del régimen nazi, lo que la convierte en una película propagandística. El uso de cámara de Riefenstahl y sus metáforas visuales siguen llegando como ecos del Tercer Reich a la actualidad, siendo así una de las maneras más utilizadas a la hora de representar estados uniformados y cuerpos obedientes en películas distópicas o de ciencia ficción donde existe un estado totalitario, una dictadura, un villano.



Figura 29. Leni Riefenstahl, 1935. Triumph des Willens



Figura 28. Walt Disney Animated Studio, 1994. The Lion King





Figura 32. .Leni Riefhstal, 1935. (Triumph des Willens)

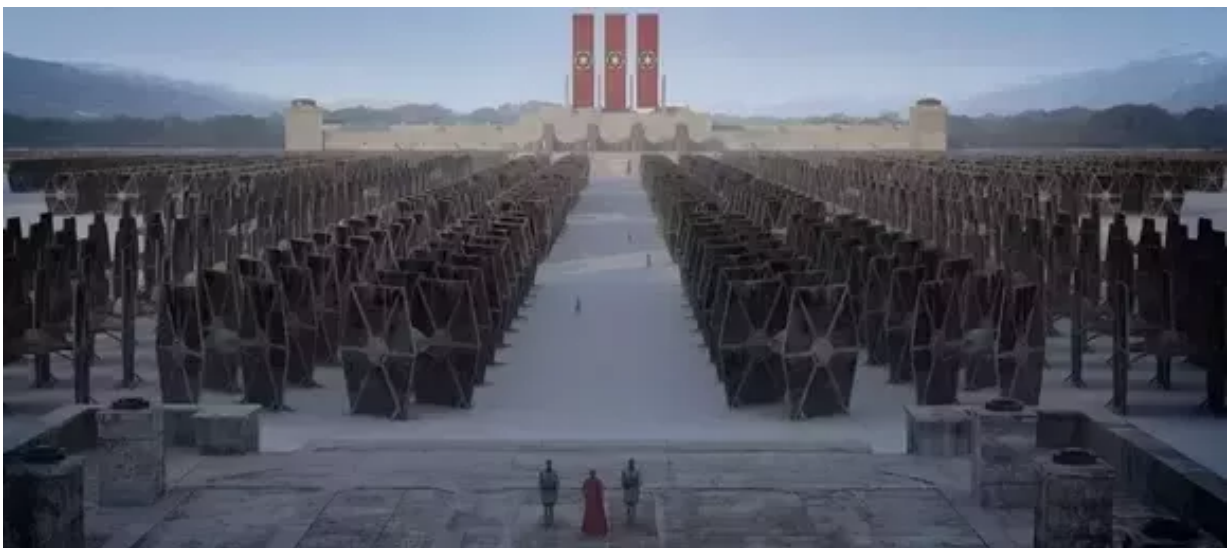


Figura 30. LucasFilm Limited, 2015. Star Wars: Force Awakens



Figura 31. LucasFilm Limited, 1977. Star Wars Episode IV: A New Hope

Antes de analizar las producciones de Leni Riefensthal es necesario hacer unas distinciones sobre las corrientes cinematográficas en Alemania de los años 30. El cine alemán sufrió cambios relacionados a las decisiones y corrientes políticas de la época. Durante el Tercer Reich la sociedad alemana presenció una politización del arte (W. Benjamin. 1936) en las concentraciones nazis donde reinaba la estética teatral y dramática, en los posters, en la creación de una marca y finalmente las películas del régimen. J. Marin en “La estética parda. El arte y la estética bajo el nacionalsocialismo” menciona el uso sistemático del estado nazi para “evidenciar la insignificancia del sujeto ante la grandeza del estado-nación” La disposición teatral del estado se conjuga con la glorificación del cuerpo atlético y proporcional grecorromano desde el pensamiento del superhombre de F. Nietzsche, concepto tergiversado para sustentar los propósitos de la ideología nazi y que servirá para influenciar los ideales del cuerpo humano desde la individualidad y sus actitudes con el entorno.

El cuerpo de los ‘superhombres’ del estado nazi ha superado la Primera Guerra Mundial, la crisis económica que dejó esta y la degeneración que trajo el pueblo judío, así pasan a pertenecer a la nueva cosmovisión del estado nacionalista socialista, se muestran implacables ante el mundo, la naturaleza, lo divino. La idea de grandeza de la sociedad alemana, comenzó a registrarse en los filmes de montaña, de este tipo de filmes Leni Riefensthal tuvo sus primeras aproximaciones a la industria gracias a Arnold Fank (cita). En estas producciones el ser humano supera a la naturaleza, como lo plantea Nietzsche en su concepto del superhombre, desde el poder de su propia voluntad. El cine nazi sirvió como herramienta propagandística que inmortaliza a los cuerpos capaces de enfrentarse a todo, ese todo que incluye a la naturaleza. Los escenarios a los que se enfrentan los protagonistas de estas producciones consolidan las interpretaciones del pensamiento filosófico de Nietzsche con el super hombre, además como plantea Shultz (2009) son una metáfora de las inclinaciones ideológicas del Tercer Reich y que gracias a la ideología neorromántica de Fanck, Riefenstahl pudo acercarse a un terreno sobre el cual podría exaltar a los nazis como una comunidad de hombres superiores (Shultz, 2009:69). Este tipo de producciones generaban una manera de reforzar el pensamiento de lo que se debía admirar y aspirar del ciudadano alemán del Tercer Reich. Las representaciones del ser humano enfrentando a la naturaleza y superando la adversidad trae al espectador la admiración por aquel protagonista.

“El poder de los filmes de montaña eran aliados de la doctrina nazi como tendencia a fuerzas autoritarias subyacentes. Este tipo de estrategias político-visuales fue predisponiendo a la masa al sistema que ofrecía Hitler.” ( Schultz, 2009:69)





Figura 33. Olympia Poster (1936)

Como cineasta Leni Riefenstahl registra dos caras de la sociedad nazi, la colectiva y la individual. En *Triumph of the Will* (1935) la sociedad es la masa emocionada por la presencia del estado o la militante y obediente, el concepto de superhombre sería personificado Adolf Hitler que llega desde los cielos para aterrizar en Nuremberg mientras la sociedad lo aclama. En las tomas en las que aparece el

dirigente del estado nazi la cámara ha usado de ángulo contra picado para potencializar la idea de grandeza y en cuanto a discurso político se reitera el mensaje de la construcción de una nación superior unificada, la Alemania nazi no tiene espacio para la individualidad. Cuando se dirige a la juventud, Adolf Hitler, resalta su deseo de adoctrinamiento desde temprana edad con la siguiente frase: “We want to see one Reich one day. And you must train for it”. En este filme, se retrata una sociedad doblegada por la fe ciega en el estado, pero también una militarizada y coordinada. En los discursos se expone la necesidad del régimen alemán de dominar los cuerpos. La estetización del estado nazi en *The Triumph of the Will*, nos permite analizar el cuerpo como dispositivo para el estado en la presencia colectiva. Todos estos discursos de la sociedad unificada, el deseo de cada ciudadano por pertenecer al Reich y el entrenamiento diario parecen tomar sentido en el segundo filme para el estado nazi.



Figura 34. Fotogramas extraídos de Olympia (1936)

Olympia (1938) por otro lado fue estrenada en dos partes: Olympia 1. Teil — Fest der Völker (Festival de las naciones) y Olympia 2. Teil — Fest der Schönheit (Festival de la belleza) Leni Riefenstahl decide en ambas no solo darles importancia a los rituales de los juegos o a los símbolos propios de la propaganda nazi como lo hizo en *El Triunfo de la Voluntad* (1935), sino que presentaría una oda a la belleza física en espectáculo, que como afirma Alejos (2017:11) en Olympia. La Imagen Como Medio

Propagandístico En La Alemania Nacionalsocialista, las olimpiadas serían “un vehículo ideal para insinuar la mitología nazi en la cultura popular del deporte” Esta producción es una oda a la belleza aria y al cuerpo entrenado bajo el estándar nazi. En particular en la segunda entrega, Olympia 2. Teil – Fest der Schönheit (Festival de la belleza), donde es posible identificar la intención de estetizar los cuerpos bajo la categoría de belleza creada por la propaganda del estado. La colectividad del estado nazi toma fuerza de la individualidad y del concepto de superhombre, que en este documental es cedido al ciudadano que participa del estado nazi, ya sea como deportista o como espectador de las Olimpiadas de 1936 (Besnier et al, 2018).

Los juegos Olímpicos modernos están inspirados en mitos de la Antigua Grecia, y aunque no conmemoran un dios supremo si conmemoran la supremacía del estado-nación (Besnier, Brownell, & Carter, 2018:198) Los celebrados en 1936 durante el Tercer Reich fueron una oportunidad para presentarse ante la comunidad internacional, con la exposición del nuevo estándar estético y cultural. La propaganda tiene la capacidad de adaptarse al mensaje que quiere ser enviado, para este evento multicultural el mensaje repetido pasaba por alto el antagonismo a lo ‘degenerado’ y reiteraba la apariencia sacro teatral del estado nazi. M. Sánchez afirma que “Alemania iba a dar a los visitantes extranjeros la impresión de un país pacífico, con gran interés por la cultura, una prensa libre y sin carteles de «No se admiten judíos».” (Alarcón, 1996:311) Un evento como los juegos olímpicos fortalece las ideas del estado-nación, si lo entendemos como la tensión que hay entre el estado y los ciudadanos para convencerlos de la identidad colectiva (Besnier et al, 2018:199). La propaganda del estado nazi le reitera la jerarquización del evento, y posiciona a los anfitriones como sujetos relacionados directamente con los dioses griegos, seres superiores. Las escenas de Olympia no se enfocan en la visualización del estado con sus esvásticas repetitivas, sino que la película gira alrededor de las representaciones del cuerpo humano. En la introducción de la primera parte se hace un recorrido por la arquitectura de la antigua Grecia, se reitera la belleza proporcional de las esculturas clásicas, finalmente la escultura Discóbolo terminan transformadas en un ser humano, reiterando así el hecho de que la belleza de la antigua Grecia es portada por quienes pertenecen a la raza aria. En las memorias de la directora se menciona incluso como las imágenes de la película estaban inspiradas en las consideraciones de el arte y las figuras de dioses del periodo pre helenístico:

“Vi que entre jirones de nubes surgían lentamente las antiguas ruinas de los lugares clásicos de Olimpia, y desfilaban los templos y esculturas griegas, Aquiles y Afrodita, Medusa y Zeus, Apolo y París, y luego aparecía el discóbolo de Mirón. Soñé que este se transformaba en un ser humano de carne y hueso, y en movimiento retardado, empezaba a balancear el disco...”. (Riefenstahl, 1987)

Evocando las ideas de Bourdieu cuando escribe sobre el Habitus, el autor alude a la subjetividad del individuo adaptada a las estructuras (Bourdieu, 1997:92). En el caso del Tercer Reich, es el individuo adaptándose a las nuevas leyes sociales y por qué no, a su arte que crea nuevos cánones estéticos y morales. En cuanto a la estetización como parte del nuevo orden social, Leni Riefenstahl dedica varias metáforas visuales relacionadas al cuerpo del deportista y su comportamiento en la individualidad y la colectividad. La directora, en principio muestra al cuerpo femenino como una figura mitológica que después se humaniza en mujeres que celebran el inicio del evento. Como si fuese un inspirado en el mito de Pigmalión, Galatea se transformará en humana, una metáfora sobre la idealización del cuerpo en el estado nazi.



Figura 35. Fotogramas extraídos de Olympia 1. Teil – Fest der Völker (1936)

En Olympia 1. Teil – Fest der Völker (Festival de las naciones) la a mujer del estado nazi no es representada como lo manda la ideología, Leni Riefenstahl da un espacio para que su aparición este enfocada en los matices de la fisonomía aria y la belleza casi sublime de los cuerpos deportistas. En Historia de la Belleza (2004) de Umberto Eco se relaciona el concepto del siglo XVIII a una experiencia que requiere características de lo bello, menciona a lo sublime como parte de la naturaleza, de la poética en las ruinas del mundo griego y es así como la directora presenta el cuerpo femenino, vemos

a mujeres en medio de una danza etérea, alzan los brazos y manos alabando el hombre que lanza la jabalina, saltan sutilmente y bailan frente a montañas y océanos como haciendo alusión a la estética de los filmes de montaña.

Walter Benjamín ha abordado el tema de Estética y Política, en La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica (1936) advierte sobre el uso de la teatralidad del Tercer Reich y en particular de lo sublime como la intención de disfrazar la actividad colectiva de doblegar a la sociedad a través de la estetización. Utilizar la categoría de lo sublime para estetizar el estado evidencia que el sujeto que participa en esta sociedad es insignificante ante el estado, su única misión es pertenecer a la masa homogénea (Marín, 2010:93)



Figura 36. Fotogramas extraídos de Olympia 2. Teil — Fest der Schönheit (1936)

Por otro lado, en Olympia 2. Teil – Fest der Schönheit (Festival de la belleza) se exponen los cuerpos de las mujeres deportistas con cuerpos adaptados a los ideales estéticos del régimen nazi. En cuanto a el toque artístico de Leni, se encuentra en la precisión de las tomas sobre el cuerpo entrenado para el rito deportivo, que además está acompañado por el despliegue gráfico del estado. La similitud del cuerpo de la mujer del estado nazi con la antigua escultura grecorromana, en el documental también tendría que haber espacio para mostrar los cuerpos obedientes y correctamente acompañados por la simbología del régimen. Esto reitera la insignificancia del sujeto ante la nación (Marín, 2010). lo que permite trazar una línea sobre la relación del estado y el poder que ejerce sobre los cuerpos. Foucault afirma que el cuerpo en la sociedad moderna está construido por relaciones de poder, estas relaciones obligan a la obediencia y lo convierten en una entidad sumisa. En el contexto de los deportes y la actividad física, se evidencia la propuesta de Foucault puesto que los deportes moldean el cuerpo y la mente (en Besnier et al 2018:202) Dentro del Tercer Reich todas estas ideas se conglomeran para adoctrinar los cuerpos desde la individualidad y hacerlos parte de la colectiva.

En cuanto al cuerpo femenino, ya se encuentra instrumentalizado por el estado para difundirlo como una madre fértil y sin debilidades genéticas, en Olympia sin embargo muestra las figuras femeninas que han sido entrenadas y que se encuentran dominadas por las dinámicas de poder del estado. El filme representa un testimonio audiovisual del culto nazi a la belleza y el poder físico que con las expresiones artísticas de Lenin creó un escenario de admiración e idealización (Alejos, 2017:20), puesto que presenta los cuerpos y la fisonomía en comparaciones con las esculturas greco romanas, reforzando aquella creencia planteada por el estado sobre la superioridad de la raza aria, y termina por retratar el universo estético del Tercer Reich. Como resultado audiovisual, la idea de raza superior no representa una ficción sino que establece una realidad. La representación de aquellos cuerpos inmortaliza las ideas estéticas del estado.

En Olympia las jóvenes alemanas ya no hacen parte de una multitud cegada por la emoción de ver a Adolf Hitler, como pasó en el Triunfo de la Voluntad, sino que ahora marchan obedientes y uniformadas con las insignias de la 'marca nazi' viviendo en la normalidad del estado y en las verdades del mismo sobre los comportamientos y fisonomías. Es un viaje a través de los individuos como parte de la masa para después observarlos como entes adoctrinados. Leni Riefenstahl representa en su documental a una mujer alemana libre de las labores domésticas, de la maternidad y la degeneración, pero sumisa ante las ideas del estado-nación. Olympia es una de las demostraciones del cuerpo dócil dentro del Tercer Reich, y una demostración de la estetización del estado nazi. Se podría pensar que uno de los resultados del entrenamiento de la BDM sería la participación en un evento de tal magnitud. Si las mujeres no se estaban entrenando para la guerra, entonces ¿para qué? ¿Para ser madres? Pero ¿Por qué el cuerpo de las futuras madres deben someterse a los entrenamientos y la disciplina de la BDM? Quizás para hacer parte del espectáculo de cánones estéticos, de la obediencia y de las demostraciones de superioridad racial. Olympia no es un filme que gira en torno al cuerpo femenino, sin embargo lo instrumentaliza al exponerlo a la par de las esculturas griegas y lo expone bajo la representación ambigua de una mujer alemana que no encaja con la idea nacionalsocialista de "las tres K". ¿Son las mujeres del Tercer Reich lo que la propaganda del estado quiere que sean?





Figura 37. Fotogramas extraídos de Olympia 2. Teil — Fest der Schönheit (1936)

En conclusión el cine de Leni Riefenshtal se adapta más con más facilidad a las teorías de estética de la política del filósofo Jacques Rancière. El cuerpo de la sociedad alemana es retratado al gusto de la directora, sin embargo, este ya se encuentra adaptado a las líneas de belleza que fueron expuestas al inicio de este proyecto. Rancière, propone que el arte ya se encuentra implícitamente relacionado a la política, pues ambas esferas hacen parte del área de lo sensible, lo que puede ser comprendido por los sentidos, y que esta relación va más allá de un deseo de muestra propagandística, sino que es, ahora, una muestra de cómo se encuentra reconfigurado el espacio público y privado (Rancière 2005:55). Se puede decir entonces que para Rancière la estética de la política implica una normalización y una adaptación del componente estético a la vida diaria, y nos invita a pensar en la política como una fracción de lo sensible, que, así como el arte incluye “montajes de espacios, secuencias de tiempo, formas de visibilidad, modos de enunciación que constituyen lo real de la comunidad política” (Rancière 2005:55).

### Capítulo 3. Ecos del Tercer Reich: Ficciones y realidades disyuntivas

“As all historians know, the past is a great darkness, and filled with echoes.”

Margaret Atwood

A lo largo de este proyecto hemos abordado la idea del cuerpo femenino como uno de los vehículos de información para intensificar la homogeneización de la sociedad. Ahora queda reflexionar sobre el estado nazi como una entidad que contagió a la sociedad con su ideología a través de la dimensión visual, instrumentalizando los cuerpos como una de sus variables para influenciar la mente de quienes experimentan el régimen.

Preguntarse sobre la influencia de la dimensión estética del Tercer Reich es partir de la idea del adoctrinamiento a través experiencias sensoriales, como la contemplación del canon estético o la metodología de repetición de la propaganda. He intentado trazar una línea que conecta la dimensión estética y el estado. Walter Benjamin propone dos ideas sobre esta conexión, una de ellas es la politización del arte. En este escenario el arte está al servicio de la política, y su función es el disfrute de lo bello para transmitir ideas y valores (Paredes. 2003:92). Vimos esto en el análisis de los elementos visuales del Tercer Reich, el material gráfico de la BDM y en las producciones cinematográficas de Leni Riefenstahl. En este capítulo, la reflexión estética del Tercer Reich se moviliza hacia sus ecos en la actualidad, partiendo de la pregunta ¿Dónde podemos percibir la resonancia de la ideología, la dimensión estética o de la instrumentalización del cuerpo femenino del Tercer Reich en la actualidad? Para responder esto señalaré dos casos, uno de la ficción y otro de la realidad, que exponen algunas de las ideas del estado nazi.

El primero es una producción audiovisual que sustenta las ideas de estetización de la política (Benjamin.1936:57). Este referente es *The Handmaid's Tale*, una historia distópica sobre el cuerpo femenino y cómo es instrumentalizado por el estado para justificar acciones violentas. Este universo de ficción, contiene ecos del estado nazi, como la categorización de la sociedad o acciones como por ejemplo la obligación a la maternidad, un eco inmediato con el pensamiento de “las tres K”.



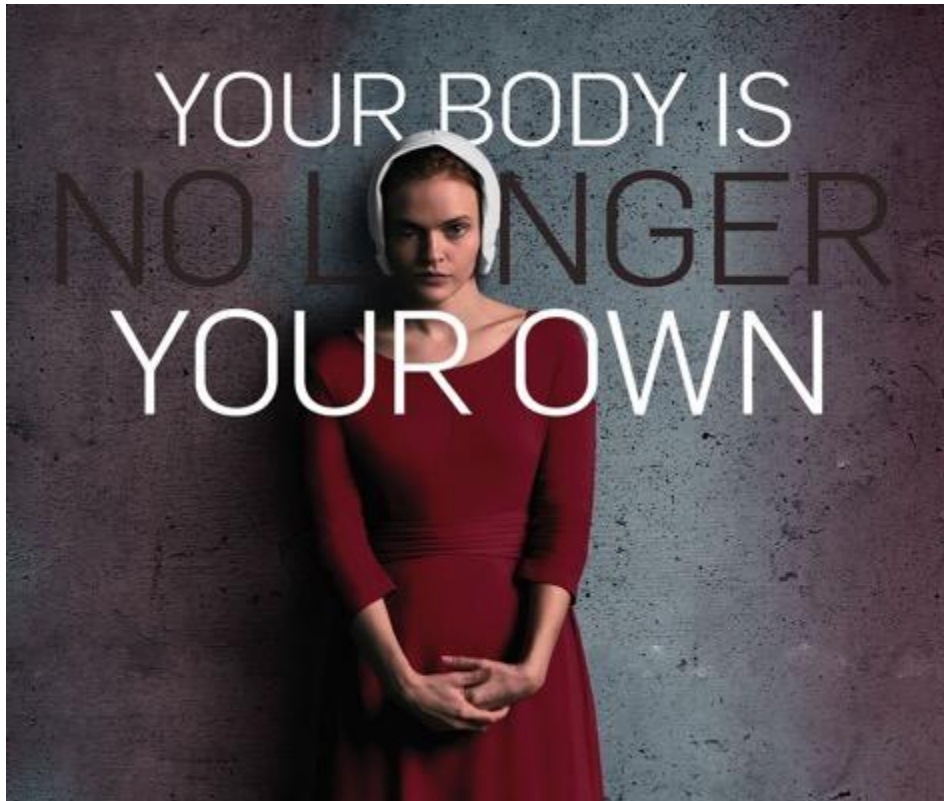


Figura 38. Poster publicitario para la primera temporada de The Handmaid's Tale. (Hulu, 2017)

Por otro lado, para abordar el eco del Tercer Reich en la realidad, utilizaré como método la comparación disyuntiva que me permita analizar varias realidades sin considerar ninguna excluyente a la otra. Alrededor del mundo se han presentado situaciones relacionadas a la superioridad racial que hacen eco a los discursos de odio del Tercer Reich, sin embargo, en cuanto al cuerpo femenino no hay ejemplos tan claros. Por esto en cuanto a lo que respecta a este eco de la realidad quisiera analizar el término 'feminazi'.

El diccionario de Oxford dice que 'feminazi' hace parte del 'slang' político americano y que se usa peyorativamente para mujeres comprometidas al feminismo o a mujeres de voluntad fuerte, la Real Academia Española lo explica como un acrónimo que se usa con fines despectivos para feministas radicales. El método de comparación disyuntiva permite analizar el uso de esta palabra como un sufijo que traspasa las fronteras alemanas y se adapta a otros escenarios donde curiosamente el uso de esta palabra es asociado no solo a un movimiento sino también a una estética que se opone al canón sobre el que se encajaría la palabra 'nazi'. Sin embargo, como veremos, su uso lo hacen los segmentos más conservadores de la sociedad.

### 3.1 Ficciones: La profecía autocumplida de *The Handmaid's Tale*

“One of my rules was that I would not put any events into the book that had not already happened... nor any technology not already available. No imaginary gizmos, no imaginary laws, no imaginary atrocities. God is in the details, they say. So is the Devil” Margaret Atwood (2017)

Una producción audiovisual que hace eco al régimen nazi, es la novela *The Handmaid's Tale* (1985). En su versión para Hulu (2017) se representa la teatralidad bajo la que puede tomar control un estado totalitario y la instrumentalización del cuerpo femenino como un dispositivo más para fortalecer el control del régimen, son los cuerpos dominados de esta historia los que hacen necesaria su mención en este proyecto. En 1985, inspirada en las tendencias religiosas de Estados Unidos durante la década de los 80, Margaret Atwood publicó el libro “*The Handmaid's Tale*”, una historia distópica y de ficción especulativa ambientada en el condado de Massachusetts en Estados Unidos, que narra a través del personaje principal Offred, un futuro en el que se funda un régimen teocrático y totalitario conocido como la República de Gilead, al igual que el Tercer Reich este estado totalitario busca la eliminación de lo que categoriza como degenerado, que es (según su credo) la causa de la infertilidad. Offred, explica como una ola de contaminación causada por pruebas nucleares llevó a la sociedad a una caída en el índice natal y como el estado aprovecha la infertilidad como detonante y la herramienta para normalizar un nuevo orden social. Si adaptamos la pregunta de cierre del capítulo anterior ¿Son las mujeres del Tercer Reich lo que la dimensión estética del estado quiere que sean? por ¿Son las mujeres de Gilead lo que el estado quiere que sean? Probablemente la respuesta sería sí. En Gilead el estado decide qué papel tiene la mujer en la sociedad y se normaliza la relación de poder entre el cuerpo y el estado.

El cuerpo femenino es instrumentalizado a través de la estetización de su jerarquía social. Esposas de ropa color azul, tías de color marrón, marthas de color verde opaco, criadas de color rojo, econoesposas de rayas color azul, rojo y verde, y por último las no mujeres de gris. El estado regula al cuerpo a través de entidades de disciplina que vigilan esferas privadas del individuo como la familia, la salud, la sexualidad, la fertilidad y la muerte en una relación de (bio) poder foucaultiana (Foucault 1975; en Besnier et al 2018:201).

Para reflexionar sobre la instrumentalización de los cuerpos la República de Gilead conviene retornar a Walter Benjamin, pero esta ocasión para darle un vistazo al concepto de estetización de la política. A diferencia de la politización del arte, la estetización de la política nos habla de la experiencia.

El estado totalitario en *The Handmaid's Tale* sumerge a la sociedad a una estetización política, los habitantes no son entes que contemplan la obra del estado, sino que la viven. En esta interacción la sociedad se adapta a la teatralidad que exige el estado, no la observa desde afuera. La categorización de la sociedad, acompañada de la violencia en *The Handmaid's Tale* permite identificar un ejemplo de la entrada en vigor de un estado totalitario y así como en el Tercer Reich el cuerpo se convierte en el espacio social en el que los ideales políticos estarán mapeados (Gordon, 2002)



Figura 40. Diseño de vestuario para Serena Joy como esposa, Lydia como tía y Emily/ De Glen como criada. *The Handmaid's Tale*. Versión para Hulu (2017)

La primera figura de poder que conoce Offred es Tía Lydia, un sujeto que vigila y repite las reglas del estado. Su entidad disciplinadora es el “El Centro Rojo” un espacio de enseñanza para las criadas. La información que se entrega en este lugar carece obstáculos sintácticos para que el mensaje resulte entendible (McGuire.1969) Tía Lydia repite: “This might not seem ordinary to you right now, but after a time it will. This will become ordinary” para reiterar el nuevo orden social al que están inmersas las mujeres de esta historia y para reforzar el proceso de normalización. Lo que es y lo que ya no es ordinario hace eco al discurso que categorizó a lo ‘degenerado’ dentro del Tercer Reich. Lo ordinario en esta historia implica la creación de nuevas categorías en la sociedad, nuevos antagonistas, etc. A lo largo de la historia vemos cambios en la esfera pública y privada de los habitantes, los cambios

espaciales y visuales que crean la nueva normalidad. La estetización del estado con la creación de uniformes para jerarquizar la sociedad y despojar a los ciudadanos de su individualidad.

Los uniformes buscan eliminar la individualidad para fortalecer el control sobre los cuerpos de las mujeres, el carácter estético en este caso genera estructuras predispuestas, casi como lo plantea el habitus (Bourdieu, 1997) al pensamiento del estado, ya que algunas están en la parte más alta de la pirámide de Gilead. La categorización de la sociedad, acompañada de la violencia en *The Handmaids Tale* permite identificar un ejemplo de la entrada en vigor de un estado totalitario y así como en el Tercer Reich el cuerpo se convierte en el espacio social en el que los ideales políticos estarán mapeados (Gordon, 2002) Las mujeres que son fértiles serán categorizadas como criadas (*handmaids*), sus cuerpos son acondicionados como un recurso del estado.

En *The Handmaid's Tale* no sabemos mucho del adoctrinamiento de mujeres jóvenes, pero sabemos que ninguna mujer recibe entrenamiento militar como las mujeres jóvenes de la BDM, pero sin embargo eran controladas a través de la inhibición del placer, la asepsia, control de alimentación y actividades. Así como ocurrió durante el Tercer Reich la jerarquización, la simbología, los rituales, los uniformes y los códigos de lenguaje son los detalles que permitieron la categorización de la sociedad, desde una visión holística del mundo ficticio de *The Handmaid's Tale* se puede percibir su semejanza con la parafernalia sacramental del estado nazi. Mary Douglas en la introducción de *Purity and Danger* (1966) dice que “No particular set of classifying symbols can be understood in isolation, but there can be hope of making sense of them in relation to the total structure of classifications in the culture in question” (p.8) El cuerpo femenino de las mujeres está instrumentalizado para solucionar el déficit de natalidad. Ante este escenario se responsabiliza a las mujeres por la infertilidad, así como en el Tercer Reich cuando las madres eran condenadas socialmente por la ‘degeneración’ de sus hijos. Durante el régimen nazi se enmarca a la mujer dentro de la ideología de las ‘tres K’, así mismo Atwood dispone tareas específicas similares a las de esta ideología para las mujeres de Gilead: las criadas están destinada a enfocarse en los niños, las marthas en la cocina y las esposas en la iglesia. Como el fin de la instrumentalización de estos cuerpos es la gestación, uno de los eventos más importantes en la sociedad son los nacimientos. La República de Gilead está fundamentada en una teocracia de los valores de familia tradicionalistas, las esposas como madres se convierte en el personaje principal de este proceso y la autoridad moral de la familia, mientras que las criadas se dedican únicamente a la gestación y su labor es mantenerse saludables a partir de dietas y ejercicios que benefician al bebe, todo esto es controlado por las Tías, quienes por orden del estado vigilan los procesos tanto de las criadas como de las esposas. Este es el eje de la instrumentalización del cuerpo puesto que crea un

estándar estético y moral, además de un mensaje ambiguo puesto que en este escenario el estado resuelve con asesinatos, esterilizaciones y exilios a quienes estén en contra del régimen pero premia a las mujeres que están siendo sometidas al régimen con “el milagro de la vida”.

Es una forma en la que el estado manifiesta su poder y se instala en procesos de la vida diaria. Se encarga de castigar a quien no se adhiere al régimen, expone los cuerpos como algo parte de su estetización de la política, y además crea rituales en los que todas las categorías de mujeres son premiadas presenciando el inicio de una nueva vida que ayudará a aumentar los índices de natalidad. Quizas vemos aquí otra resonancia del estado nazi, que durante el periodo que comprende el Tercer Reich los encargados de registrar la población alemana encontraron un aumento de embarazos durante el régimen y atribuyeron esto al hecho de que la población femenina confiaba en el estado y en la conversión que estaba atravesando Alemania, tanto para decidir ser madres dentro de la nación:

“Nazi population planners liked to register the gradual rise of the extremely low birth rate after 1933 as "a completely voluntary and spontaneous proof of [the] confidence of the German people in its Reich, its Fuhrer, its future, a confession which could not be more beautiful" than in the form of "children of confidence".  
Bock (1983:41)

Por otro lado, el momento en el que el bebe es arrebatado de los brazos de las criadas para ser entregado a las esposas es además un eco del hurto de bebés arios de nacionalidades diferentes a la alemana por parte de soldados nazi durante la Segunda Guerra Mundial para brindar a mujeres infértiles la oportunidad de ser madres, estas acciones se conocieron como ‘Las Colectas de Trigo’, un hecho que se normaliza gracias a la idealización de la mujer alemana como madre de niños arios sin problemas físicos o mentales. Sobre esto Lower explica que cuando un soldado veía un niño que encaja dentro del estándar de belleza del Tercer Reich con cabello rubio y ojos azules en algun lugar de Ucrania, Polonia o Bielorrusia, tenía derecho a tomar ese niño para entregarlo en Alemania:

“Mulheres alemãs inférteis ou sujeitas a aborto espontâneo, desesperadas para provar seu mérito pela via da maternidade, eram candidatas prováveis para receber e adotar crianças roubadas” (2013:40).

Virilio analiza el uso de la tecnología para impulsar la teatralidad de la guerra y convertirla en un espectáculo visual, resaltó el hecho de que incluso al final de la guerra, el estado nazi no detuvo su producción de propaganda cinematográfica (p.51). Así mismo parece que en la actualidad continuamos con la primicia de continuar haciendo producciones audiovisuales que hagan eco a la Segunda Guerra

Mundial y por tanto al estado nazi, como sostiene en el prefacio de *War and Cinema*, la guerra ha sido siempre “The magical spectacle because its very purpose is to produce that spectacle” (1989:5) Es por esto, que el enfoque de este capítulo estará en las producciones cinematográficas que hacen eco al régimen, desde la ficción con *The Handmaid’s Tale* (1985) y su versión para Hulu (2017) que representa no solo la teatralidad bajo la que puede tomar control un estado totalitario si no la instrumentalización del cuerpo femenino como un dispositivo más para fortalecer el control del régimen, son los cuerpos dominados de esta historia los que hacen necesaria su mención en este proyecto.



Figura 41. Secuencia escena de nacimiento en The Handmaid's Tale "Birth Day" . Episode 102



Las tomas y la colorización de las tomas en *The Handmaids Tale* muestran ese recorrido: la confusión y el 'desorden' por el temor a la infertilidad con individuos que aún no hacen parte de las categorizaciones del estado, después el momento de violencia explícita (atentados, asesinatos, persecución, tortura, etc) por el cual llega al poder la república de Gilead para finalizar en una violencia implícita a través del orden y las restricciones que permanece omnipresente y que obliga a los habitantes a mantenerse en la categorización indicada por el estado, la nueva normalidad, cada uno con un papel que cumplir.

*The Handmaid's Tale* no es una historia sobre el futuro, sino del presente, una profecía autocumplida, unos hechos que están orientados por la realidad. Es el paso a paso de la instauración del estado totalitario, antecedido por lo que considera como caos y 'suciedad' que en esencia es desorden (Douglas:10) y para este caso, un régimen fascista se arriaga a través de la creación de un nuevo orden, una nueva 'higiene' social. Reflexionar sobre la estética del Tercer Reich implica analizar eventos que puedan contener una resonancia difusa de un estado totalitario, como se ha mencionado varias veces que los estados totalitarios nacen de una guerra, una crisis económica o una pandemia y resulta necesario incluir dentro de estas reflexiones el marco de la actualidad global no solo desde el enfoque del racismo en Estados Unidos o de las ideologías de supremacía blanca, sino la situación actual de la pandemia global del COVID-19.

Muchos llaman a la vida después del estado de emergencia decretado por varios gobiernos en marzo de este año como 'la nueva normalidad', y aunque una pandemia no hace un eco directo al régimen nazi si lo hace a historias distópicas como *The Handmaids Tale*, el cambio en los códigos culturales para saludar o despedir, la disminución del contacto físico, las nuevas rutinas de actividad física como excusa para evadir el encierro, el uso obligatorio de las máscaras, la carrera mundial por una vacuna, el cierre de fronteras, la obsesión por la higiene y la asepsia, el temor de contagio y las teorías del COVID-19 como un arma biológica; la lista puede continuar. ¿Estaremos a puertas de presenciar el nacimiento de un estado totalitario? Y si no, vale la pena analizar que el primer cambio que se nos impuso gracias a la crisis de la pandemia fue principalmente en un cambio estético. Usar una máscara es un accesorio de la vida diaria en la actualidad, pero que además se adapta para coordinarse con la estética de cada individuo. Asumimos ya el COVID-19 como nuestra nueva normalidad, ahora quien la transgrede es aquel que no quiere usar un accesorio que se acerca a la dimensión estética.

La nueva normalidad causada por el COVID-19, es un fenómeno que merece ser analizado, lo anormal ahora es no usar máscara para protegernos del virus. Y si se normalizara la superioridad racial



como parte de las políticas del estado, como pasó en el Tercer Reich, ¿que usaríamos? ¿máscaras blancas? ¿uniformes?



Figura 42. Primer ministro eslovaco, Igor Matovic, con la presidenta Zuzana Caputova durante una ceremonia (2020)



Figura 43. Offred. Episodio 9 "Washington" Season 3 (2019)

### 3.2 Eco en las realidades disjuntivas: Nazi como sufijo

“El mal se extiende como un hongo sobre la superficie”

H.Arendt. Carta a Gershom Scholem (1963)

Algunas ideas sobre las que se fundamenta el Tercer Reich se mueven como entidades con vida propia, mutan, se transforman, pero no se destruyen. La parafernalia con la que esas ideas fueron desplegadas hicieron ver al régimen nazi como una película de ficción que trascendió a la realidad. Recordemos el trabajo y las metáforas visuales de Leni Riefenstahl en *Olympia* (1936) cuando las esculturas helénicas cobraban vida como alemanes uniformados y obedientes, el ideal de la raza alemana, estas exploraciones estéticas nos permiten dar un vistazo al pensamiento de superioridad racial que se reiteró durante el Tercer Reich. Susang Sontag en su ensayo *Fascinante Fascismo* (2007) analiza el eco del estado nazi en el trabajo de Riefenstahl ‘Die Nuba’ *Die Nuba* (1973) sobre los grupos étnicos de Sudán, el modo en el que son presentados nos lleva a percibirlos como lo que el estado nazi podría considerar como una raza superior, considerando que los retratos exhiben la misma celebración sobre el cuerpo y la destreza física como “símbolos unificadores de la cultura comunal” (p.7) Ella misma, hace su propio eco del régimen y así como escribe Sontag “no parece haber modificado mucho las ideas de sus documentales nazis” (p.7) ¿Si la estética funciona como eco, que mas quedó enmarcado dentro de los ideales del Tercer Reich?

En la actualidad el eco del Tercer Reich se puede enmarcar en el discurso de superioridad racial que viene tomando auge en diferentes países. La idea de supremacía racial fue uno de los motores del estado nazi. Este pensamiento tiene fundamento en corrientes científicas que datan desde el periodo clásico, pero ¿qué es la raza sino una construcción de categorías sociales? En español, raza es un palíndromo de azar, pertenecer a una raza no implica la pertenencia a una fortaleza genética sino quizás una suerte dentro de las categorías sociales que a lo largo de la historia se han creado. El argumento de la mejora de la raza a través de leyes del estado plantea lo que Foucault llamó racismo de estado (1976) y es lo que permite que el mito de la raza no sea solo una percepción social si no un concepto que nace desde el gobierno en vigencia, quien contenga las diferencias raciales se desenvuelve bajo la idea enemigo político para finalmente permitir que el estado lo justifique como peligro biológico. El nazismo influenció la mente de quienes pertenecían al régimen para normalizar el

exterminio de seres humanos, a tal escala que incluso en la actualidad encontramos ecos de aquellas ideas: grupos extremistas, racismo, supremacía blanca, etc.

Pensando en las imágenes y símbolos del régimen nazi a lo largo de este proyecto, ha permitido examinar la relación entre estética y estado y como esta puede trascender a la realidad. Una de las particularidades dentro de esta apropiación simbólica en los grupos neonazis y grupos de extrema derecha como Golden Dawn de Grecia, incluyen la creación de nuevos símbolos visuales, tanto estéticos como gestuales que hacen alusión al estado nazi y refuerzan la idea de raza pura.

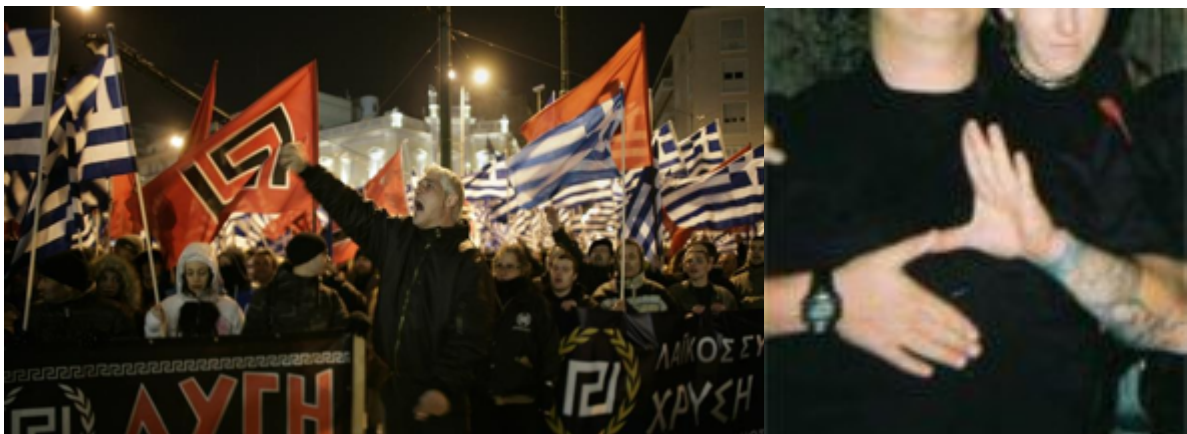


Figura 44. Manifestación de Golden Dawn y símbolo de mano para referenciar a la SS

Por ejemplo, en la actualidad diferentes grupos de ultraderecha o a favor de la supremacía racial se han apropiado la leche como un emblema de la pureza blanca. En el 2017 en respuesta a una instalación Anti-Trump con el mensaje 'He Will Not Divide US' un grupo de neonazis se reunió en frente de esta, no para destruirla, sino para beber grandes cantidades de leche a manera de protesta, un llamado a mantener la pureza y el poder blanco.



Figura 45. Manifestaciones neonazis en frente de instalación "He Will Not Divide US"

El eco del Tercer Reich se ha replicado en diferentes lugares, bajo diferentes nombres. En Portugal, por ejemplo, el grupo Resistencia Nacional 10 de agosto del 2020 realizó una manifestación usando máscaras blancas frente a la organización SOS Racismo, unas semanas después del asesinato de Bruno Candé<sup>10</sup>, un hombre negro por un hombre blanco. La muerte de Candé parece una reiteración de la posibilidad para un hombre blanco de sentirse con el poder de asesinar a uno negro, para después ser aparentemente respaldado por manifestaciones como las de Resistencia Nacional. La teatralidad y la estética con la que se presentan normaliza la violencia. Las máscaras blancas parecen tener la misma intención que el uso de botellas de leche como símbolo de la pureza, de lo que la organización puede considerar bello. La presencia de Resistencia Nacional incluye además una serie de amenazas de muerte a miembros de la organización SOS Racismo, una estrategia de miedo y de declaraciones de eliminación de todo lo que no va de la mano con sus ideales de extrema derecha.



Figura 46. Manifestación y graffitis hechos en frente de la organización SOS Racismo (2020).

Curiosamente, el uso de máscaras o de elementos de consumo de la vida diaria, llevan a reflexionar sobre la técnica utilizada dentro de la Alemania nazi llamada Band wagon (Yourman.1939) Como se explica al inicio de este proyecto, esta técnica consiste en la instrumentalización de un dispositivo puede ser un símbolo, un objeto o un producto que se adhiere a la sociedad y se normaliza con la ayuda de la propaganda en masa bajo la creencia de 'todos están haciendo lo mismo'. Pero ¿qué pasa cuando el Band wagon es el cuerpo mismo? Si bien el eco del Tercer Reich en la realidad, no instrumentaliza (aún) el cuerpo femenino como dispositivo que sustenta sus políticas de odio, pero si dispone los cuerpos para poder representar el odio.

---

<sup>10</sup><https://www.dn.pt/edicao-do-dia/29-jul-2020/a-morte-de-bruno-cande-continua-a-ecoa-e-vai-fazer-se-ouvir-de-novo-esta-sexta-feira-12475431.html>

En el inicio de este proyecto mencionamos el uso del cuerpo femenino como un dispositivo para promover los ideales del estado nazi. Mencionamos en ámbito estético y moral que era lo que caracterizaba a la mujer nazi, como era su papel en la ideología de acuerdo con Adam (1992) en “El arte del Tercer Reich” se afirma que para Goebbels, la mujer tenía el papel de ser hermosa para mantener siempre encantado a su hombre y traer hijos al mundo. Lo anterior habla de la instauración de la mujer madre y al servicio del hombre, admirada desde una visión misógina en la que la mujer está destinada a cumplir un papel meramente biológico, dentro de un esquema patriarcal.

Sin embargo, en 1992 el locutor de radio Rush Limbaugh III en su programa de radio The Rush Limbaugh Show, tildó a un colectivo feminista con el término ‘feminazi’ en un intento de comparar la lucha por el aborto como un ‘holocausto moderno’. Pensar en sufijo ‘nazi’ como un calificativo para un movimiento político que se opone a los sistemas patriarcales, genera un escenario ambiguo, puesto que en este proyecto he intentado reflexionar sobre aquella instrumentalización del cuerpo femenino dentro del estado nazi, sobre todo cuando la segunda y tercera ola del feminismo se ha encargado de superar la desigualdad de sexualidad, de familia, lugar de trabajo, etc.

Simone de Beauvoir en el Segundo Sexo (1949) analizó el cuerpo femenino y como la historia está registrada a partir del androcentrismo o “el hombre como la medida de todas cosas”, vimos esto incluso en este proyecto cuando ponemos de referente al Hombre de Vitrubio para hablar del estándar de belleza nazi. Los mismos estudios de Leonardo Da Vinci con El Hombre de Vitruvio, que determina las proporciones ideales del cuerpo (la divina proporción) implica una noción del antropocentrismo, que durante el renacimiento planteada al hombre como el centro del universo. Por otro lado Judith Butler, nos habla no del cuerpo femenino sino del performance que implica la construcción del ‘ser mujer’, la autora explica: “la acción social requiere una performance repetida. Esta repetición es a la vez reactuación y reexperimentación de un conjunto de significados ya socialmente establecidos; es la forma mundana y ritualizada de su legitimación” (Butler, 1998:307)

Antes de poder hablar de la mujer nazi, también tuvimos que entender un poco sobre el contexto en el que se desarrollaba y como una serie de productos visuales creadas por hombres, condicionaron su normalidad. Coincidimos entonces con que la construcción del ideal nazi está desde la medida androcentrista que general la divina proporción para después el performance social creado por el estado nazi y su pensamiento de ‘las tres k’ A las mujeres del estado nazi, se les entregó propaganda que estimulaba tendencias estéticas que acercaran a la sociedad al ideal del cuerpo nazi. Pero además

se les entrenaba como cuerpos gestantes y militantes. Recordemos el material gráfico incluido en este proyecto. Resulta curioso, que el eco que relaciona al cuerpo femenino con el estado nazi y la actualidad sea la palabra 'feminazi' pues que al escribirla en Google y acceder a la sección de imágenes puedo encontrar una idea de la estética con la que es percibido el movimiento y como está estética se hace merecedora del sufijo nazi, cuando en realidad toda el performance y discurso visual que entregan es una antítesis del sistema patriarcal bajo el que fue creado el estado nazi.



Figura 47. Protesta "epidemia fascista" por integrantes del colectivo FEMEN

El movimiento feminista ha usado su cuerpo como un dispositivo, el cuerpo femenino se desnuda como un acto de protesta y se registra sobre si mismo palabras o frases de denuncia. El colectivo feminista de Ucrania FEMEN fortalece la idea del cuerpo como un arma dentro del activismo, el simbolo de este colectivo es el pecho desnudo y la intervención tipográfica sobre este. La historiadora Christine Bard analiza a las Femen en su artículo « Mon corps est une arme », des suffragettes aux Femen (2014) y reflexiona sobre el desnudo femenino en contexto de protesta implica una ruptura de ideales y estándares que deben ser cumplidos socialmente por el género femenino. La instrumentalización del cuerpo femenino no es solo una estrategia de un estado como el del Tercer Reich, sino que puede convertirse en una estrategia de doble juego como la que exponemos, donde la desnudez se vuelve el punto de tensión para denunciar el estado. Los actos de performance montados a partir del feminismo exponen, como lo menciona Bard (2014), la separación de los estándares de comportamiento y estética que la sociedad se ha encargado de reforzar sobre el género femenino, y



en el caso de las FEMEN el cuerpo femenino se usa como una herramienta sobre la cual se escriben pensamientos, ideas o denuncias.



Figura 48. Protesta en contra la violencia machista por integrantes del colectivo FEMEN

En latinoamérica por ejemplo durante el 2019 en medio de movilizaciones sociales, colectivos feministas, así como figuras públicas hicieron presencia usando su cuerpo como una herramienta de difusión para denunciar o reclamar atención del estado. En redes sociales muchos de estos actos con catalogados como abruptos, vulgares y de ‘feminazis’, lo que implica que como sociedad estamos programados para una disposición del cuerpo femenino como disfrute de lo bello pero que en acto de protesta se podría hasta catalogar como ‘degenerado’ puesto que se sale de la norma y entra a la categoría de lo que está por fuera del comportamiento de la sociedad, del performance para el que el ser mujer está programado. El lema de grupos feministas de la segunda ola es “lo personal es político”, y es ¿que hay más personal que un cuerpo desnudo como un dispositivo de protesta, o peor un cuerpo como herramienta del estado?





Figura 49. Movilización social en Chile 2019.



Figura 48. Mon Laferte en los Premios Grammy Latino 2019.

Otra reflexión a tener en cuenta es ¿por qué el termino “feminazi” no fue acuñado para designar a mujeres con presencia activa durante el régimen nazi?. Leni Riefhenstal, como se mencionó en el segundo capítulo, tuvo una presencia activa durante los años de auge del nazismo y realizó las producciones cinematográficas insignia del movimiento, su película el “Triunfo de la Voluntad” sirvió de referente incluso para algunas escenas de The Handmaid’s Tale. Por otro lado, como se mencionaba al inicio de este capítulo, Riefhenstal mantuvo en su línea estética y visual los ideales de cuerpo nazi

hasta en su último foto reportaje 'Die Nuba', su propio eco del Tercer Reich. La fotógrafa narra en sus memorias que el dirigente nazi se refería a ella como 'una mujer inusualmente activa y dinámica' (visto en Hooks, 1997:157) En lo personal esto me recuerda a la definición que da el diccionario Oxford sobre feminazi: mujeres de voluntad fuerte. Quizás tendría más sentido aplicar feminazi para una mujer como Leni Riefenstal.



Figura 49. Adolf Hitler y Leni Riefensthal

Ahora bien, volviendo a la reflexión sobre la palabra y el emblema estético que representa peyorativamente, este proyecto de disertación se acerca a la literalidad, asumiendo el término 'feminazi' como una manera de identificar a las mujeres que pertenecen o que están de acuerdo con la ideología nazi. De ellas podríamos asumir que poseen una estética más cercana a la planteada durante el Tercer Reich y que ellas mismas utilizarían su cuerpo como un dispositivo que haga eco a esos ideales. Sin embargo, cuando la reflexión se dirige a este espacio encuentra una incongruencia incluso en mujeres que pertenecen a grupos de extrema derecha o neonazis, puesto que su estética tampoco se adapta a los ideales de belleza clásica planteados durante el estado nazi y expuestos en esta disertación.

Al final la idea de la mujer nazi y su representación estética tiene similitudes a aquellas mujeres que representan a la mujer cabeza de familia, mujer-madre, mujer de familia conservadora, pues son estas las características que como vimos con anterioridad en este proyecto hacen un eco a la mujer

como dispositivo del estado nazi. El cuerpo femenino se presenta como un dispositivo para hacer eco a ideales morales o estéticos, y su estética estará relacionada a aquella performance que menciona Butler (1998) sobre el género. 'Feminazi' es un adjetivo que carece de sentido cuando se usa para categorizar el movimiento feminista. ¿Será entonces que la palabra feminazi puede ser utilizada en otro contexto? Si la palabra nazi hace eco a superioridad racial, xenofobia, parafernalia, construcción de familia, niños, iglesia, escuela, etc... es posible asociarla con algo diferente al movimiento feminista?



Figura 50. Melania Trump, durante la administración de Trump condecorando con la Medalla de la Libertad a Rush Limbaugh, primero hombre en usar el término 'feminazi'

## Conclusiones

La mente obediente de quienes pertenecieron al régimen no solo se adapta a la 'normalización' de los discursos de odio del estado, sino que además dispone el cuerpo ya sea para pertenecer al movimiento coordinado de la masa que está en pro del estado. Quizás el eco y los fundamentos que dejó el estado nazi han seguido perpetuando la creencia de que la raza aria es superior a las otras.

Solo hace falta el discurso de miedo y odio con la estetización de la superioridad para propagar el "mal". Aunque un eco, sea un sonido que se recibe como lejano, el eco implica repetición, ya sea con referentes visuales como los utilizados en películas de ciencia ficción o simbólicos como los usados por grupos extremistas. En el caso de *The Handmaid's tale* es una muestra de la estetización a la que fue sometida la sociedad de Gilead para disfrazar la violencia. Es probablemente esto lo que ha dejado el Tercer Reich como resonancia

En el primer capítulo de este proyecto mencionamos la metodología de la repetición como estrategia de difusión de información del estado nazi. El filósofo francés Gilles Deleuze analiza el concepto de repetición como una acción que está directamente relacionada con aquello que no puede ser no puede ser reemplazado. Afirma que "la repetición como conducta y como punto de vista concierne a una singularidad no intercambiable, insustituible" Deleuze (1968:21) En esta idea de Deleuze podemos plantearnos que la Alemania nazi, no se extingue después de perder la guerra. El triunfo del nazismo está en la posibilidad de seguir siendo repetido a lo largo del tiempo, en su dimensión estética y en su ideología. Que grupos de extrema supremacía racial, como los casos abordados, se manifiesten de manera teatral es una repetición y a la vez una diferencia de lo que pasó durante la Alemania nazi. Imaginemos los grupos de supremacía blanca como extensiones de la repetición, pero también de la diferencia que plantea Deleuze. Todos se fundamentan en los ideales raciales del Tercer Reich, pero rebrotan con nuevos nombres, líderes, símbolos y estética; repetición y diferencia.

El pensamiento de Walter Benajmin y sus aportes a los conceptos de estetización de la política y politización del arte permiten estudiar fenómenos que incluyen organismos como el estado, desde la influencia de las artes visuales y su dimensión estética. Una nación que tiene como discurso principal el discurso de superioridad racial no es una novedad puesto que es una de las formas de representación del poder.

Ahora una nación que estetiza este tipo de ideas si representa una novedad. Que el Tercer Reich siga siendo un referente visual en la actualidad, habla de la capacidad de despliegue estético e influencia que tuvo. Diferencia y Repetición de Deleuze, seguiremos viendo películas del estado nazi con enfoques diferentes, ya sea recordandonos su odio por quienes consideraban como degenerados, la obsesión con el cuerpo saludable, la genética como sustento de la superioridad racial, etc. Y observaremos en repetidos escenarios de ficción los pensamientos que justifican acciones violentas o mecánicas, como la de presionar un botón para activar la cámara de gas.

En medio del panorama actual vale la pena cuestionarse sobre la tecnología y la capacidad de replicar la resonancia del Tercer Reich cuando de supremacía racial se trata. Las redes sociales por ejemplo, han funcionado como plataformas de denuncia para violencia racial, también representan una ventana de información donde el eco de la ideología de supremacía racial crece como “un hongo sobre la superficie”. Pensemos además sobre ¿si el Tercer Reich hubiese tenido la capacidad tecnológica que tenemos ahora? Es posible que este tipo de plataformas logre normalizar ¿Cuál sería la acción violenta y mecánica inicial? Quizás pulsar la opción compartir. Recordemos que las acciones del estado nazi son son fruto de la normalidad colectiva.

Pensar en el cuerpo como un dispositivo del estado nos lleva a percibir de que manera el cuerpo femenino sirvió como proyecto ideológico para un estado autoritario como el regimen nazi. Como diseñadora gráfica en la maestría de Estudios Internacionales, cuestiono la responsabilidad del componente visual en temas relacionados a la política y de la capacidad de la dimensión estética para moldear y adoctrinar a la sociedad en el proceso de construcción de la idea de nación de un estado-nación. Pensar esta construcción como un proyecto de Branding o Marketing reitera el poder del componente visual y estético. Esto queda sustentado en la propaganda para reiterar el miedo hacia lo ‘degenerado’ o con las películas de Leni Riefenshtal y las producciones gráficas de la revista de la BDM. Los ideales estéticos moldean la mente y el cuerpo de la sociedad en el Tercer Reich se enfocaron en convertir a las mujeres en madres fértiles, deportistas acérrimas y militantes, una idealización de sus cuerpos pero además la obligación de sus funciones como parte de la expectativa del estado. Recordemos lo que propone el filósofo Paul Virilio en War and Cinema:

“Hitler violated only everyday realism, and the very nature of his crimes cannot be understood unless we remember his extraordinary technical knowledge of stage-

direction, trick photography, trapdoor devices, revolving stages and, above all, the varied potential of illumination and floodlighting” (1989: 53).

Pensar en la situación actual del creciente temor que ha generado el COVID-19 invita a reflexionar sobre lo rápido que como sociedad nos adaptamos a nuevas dinámicas. Desde mi punto de vista, encuentro fascinante que uno de los efectos del virus haya sido el cambio de la estética. Las mascarillas se usan para proteger, pero también se adaptaron para estetizar. Incluso para hacer propaganda política o difundir mensajes de protestas. ¿Estamos ya en ese futuro distópico que se ha creado en diferentes historias de ficción? ¿Podría ser el escenario ideal para el comienzo de un nuevo estado totalitario?

## Bibliografía

Adam, Peter (1992) "El arte del Tercer Reich", Edición Española Tusquets, S.A, Barcelona

Anderson, B. R. O. 1. (1991). Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism (Rev. and extended ed.). London ; New York: Verso.

Arendt, H. (1973) The Origins of Totalitarianism. New York :Harcourt Brace Jovanovich

Benjamin, W. (1935). The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction, 1936.

Besnier, N., Brownell, S., & Carter, T. F. (2018). The anthropology of sport: bodies, borders, biopolitics. Univ of California Press.

Bourdieu, P. (1997). Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción. Barcelona: Anagrama, 233.

Cutanda, L. Á. (2011). La Alemania Nazi 1933-1945 2.a ED. (Estudios Maior) (Spanish Edition). Marcial Pons Ediciones de Historia, S.A.

Deleuze, G., & Patton, P. (2001). Difference and repetition. London: Continuum.

Dondis, D. A. (1992). La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. Ed. Gustavo Gili, Barcelona.

Douglas, M. (2003). Purity and danger: An analysis of concepts of pollution and taboo. Routledge.

Eco, U., De Michele, G., & Irazazábal, M. P. (2005). Historia de la belleza. Lumen.

Elting, J. y Stein, G. (1995). El Tercer Reich. Las SS. Barcelona, España: Editorial Rombo.

Foucault, M. (1990). The history of sexuality: An introduction, volume I. Trans. Robert Hurley. New York: Vintage, 95.



Foucault, M. (2000). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Siglo XXI

Kimball, Y (1930). "Propaganda: Positive Control of Public Opinion." Chapter 27 in *Social Psychology: An Analysis of Social Behavior*. New York: Alfred A. Knopf: 653-674

Loroff, N. (2011). Gender and Sexuality in Nazi Germany. *Constellations*, 3(1).

Lower, W. (2013). *Hitler's furies: German women in the Nazi killing fields*. Houghton Mifflin Harcourt.

Margolin, V. (2001). *Graphic Design in Germany, 1890–1945*.

Pratkanis, A. R., Pratkanis, A., & Aronson, E. (2001). *Age of propaganda: The everyday use and abuse of persuasion*. Macmillan.

Romero, A. (2004). *Benjamín: estética y nazismo*.

Shaughnessy, N. O (2017). *Marketing the Third Reich: Persuasion, packaging and propaganda*. Routledge

Virilio, P. (1989). *War and cinema: The logistics of perception*. Verso.

Welch, D. (2001). *Propaganda and the German cinema, 1933-1945*. IB Tauris.

Welch, D. (Ed.). (2014). *Nazi Propaganda (RLE Nazi Germany & Holocaust): The Power and the Limitations*. Routledge.

#### Artículos

Alarcón, M. I. S. (1996). Leni Riefenstahl: la estética del triunfo. *Historia y comunicación social*, (1), 301-317.

- Bacci, F. (2017). The Originality of The Handmaid's Tale and The Children of Men: Religion, Justice, and Feminism in Dystopian Fiction. *Metacritic Journal for Comparative Studies and Theory*, 3(2), 154-172.
- D'Adamo, O. J., & Beaudoux, V. G. (2011). Propaganda gubernamental: una propuesta de clasificación de sus etapas. *Politai: Revista de Ciencia Política*, 2(3), 112-122.
- Antón, E. R. (2000). Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo. In *Actas del III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia (Vol. 1, p. 14)
- Gordon, T. J. (2002). Fascism and the female form: performance art in the Third Reich. *Journal of the History of Sexuality*, 11(1/2), 164-200.
- Guerra-García, Y. M., Ávila-Morales, J. C., & Acuña-Barrantes, H. (2015). La Búsqueda De La Raza Perfecta. Ideas Sobre Procreación, Vejez Y Eugenesia. *Revista Eleuthera*, 13.
- Holt, D. B., & Holt, D. B. (2004). *How brands become icons: The principles of cultural branding*. Harvard Business Press.
- McCloskey, B. (2012). Marking Time: Women and Nazi Propaganda Art during World War II. *Contemporaneity: Historical Presence in Visual Culture*, 2, 1-17.
- Narayanaswami, K. (2011). Analysis of Nazi propaganda. *HIST S-1572: The Holocaust in history, literature, and film*.
- Paredes, D. (2009). De la estetización de la política a la política de la estética. *Revista de Estudios Sociales*, (34), 72-80
- Pérez, M. L. B., & de la Cruz, A. M. L. (2016). Canguilhem y Foucault: De la normatividad a la normalización. *Ludus Vitalis*, 17(31), 65-85.
- Pine, L. (2003). Creating Conformity: The Training of Girls in the Bund Deutscher Mädel. *European History Quarterly*, 33(3), 367-385.

Ringel, S. (2020). Representations of the German woman's body in the official Nazi women's magazine. *Feminist Media Studies*, 20(2), 238-255.

Shaughnessy, N. O. (2009). Commentary Selling Hitler : propaganda and the Nazi brand, 76, 55-76.

Stănescu, V. (2018). White Power Milk': Milk, Dietary Racism, and the 'Alt-Right. *Animal Studies Journal*, 7(2), 103-128.

Steven Heller. (2015). The politics of Print. *Print Magazine*, 69, 62-69.

Yuing, T. (2013). Biopolítica y efectos de normalidad. *Sociedad Hoy*, (25), 163-173.

#### Tesis

Alejos Parra, M. (2017). Olympia. La imagen como medio propagandístico en la Alemania Nacionalsocialista. Libro de Artista (Doctoral dissertation)

Girves, B. (2018). El cine como instrumento de propaganda y manipulación de masas en el nazismo: análisis de las películas El Triunfo de la Voluntad y El Judío Süß (Bachelor's thesis, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales).

Murphy, M. T. (2018). Becoming Evil: The Shaping of a Nazi Female Consciousness from Weimar through the Third Reich.

Schultz Jofré, F. (2009). EL CUERPO FEMENINO EN EL ARTE ALEMÁN COMO ESTRATEGIA POLÍTICA DEL TERCER REICH (Tesis de grado Licenciatura). Universidad de Chile Facultad de Artes Departamento de Historia y Teoría de las Artes.

#### Filmografía

Cohen, P. (1989). The Architecture of Doom [Video]. Sweden: Peter Cohen.

Riefenstahl, L. (1935). Triumph of Will [Film]. Germany: Reichsparteitag-Film.

Riefenstahl, L. (1938). Olympia [Film]. Germany: Olympia-Film.

Skogland, K. (2017). The Handmaid's Tale [Video]. USA: Hulu

## Indice de Imágenes

Fig 1. Streicher, J. (1933). Insatiable [Image]. Extraído de <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/sturmer.htm>

Fig 2. Rimsen, H. (1930). Winterhilfswerk - Ein Volk Hilft Sich Selbst! Winter Relief Work -A People Helps Itself [Image]. Extraído de [https://www.lot-art.com/auction-lots/Nazi-Propaganda-Poster-Winterhilfswerk-Nazi-Germany/4308-nazi\\_propaganda-14.4.18-antikbar](https://www.lot-art.com/auction-lots/Nazi-Propaganda-Poster-Winterhilfswerk-Nazi-Germany/4308-nazi_propaganda-14.4.18-antikbar)

Fig 3. Volk und Rasse Magazine. (1936). "The terrible results of a woman drunkard." [Image]. Extraído de <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/volkundrasse1936-8.htm>

Figura 4. Unknown Artist. (1926). The inferior multiply more than the healthy population. [Image]. Extraído de <https://nazigermany2019.eadrummondhistory.lmu.build/uncategorized/nazi-racial-hygiene-the-persecution-and-murder-of-the-disabled/>

Figura 5. Fig 9. Pechstein, M. (1910). Sitzendes Mädchen [Image]. Extraído de [https://www.kunstleben-berlin.de/impressionismus-expressionismus-kunstwende-imex/csm\\_06\\_max\\_pechstein\\_sitzendes\\_maedchen\\_moritzburg\\_02cf65f28f/](https://www.kunstleben-berlin.de/impressionismus-expressionismus-kunstwende-imex/csm_06_max_pechstein_sitzendes_maedchen_moritzburg_02cf65f28f/)

Figura 6. Adolf Hitler (1920). Bocetos [Imagen]. Retrieved: Extraído de [https://www.youtube.com/watch?v=cQv8eT1mO\\_o](https://www.youtube.com/watch?v=cQv8eT1mO_o)

Figura 7. Figura Templo budista y. Tian Than Buddha en Monasterio Po Linn [Imágen] Extraído de <https://pt.minghui.org/html/articles/2007/9/16/293.html>

Figura 8. Huge German eagle, grasping a wreath with a swastika as its center. The huge Third Reich eagle at the Luitpoldarena on the Nuremberg Reich Party grounds by sculptor Kurt Schmid-Ehmen. [Imagen] Extraído de [https://br.pinterest.com/pin/368028600784892974/?nic\\_v2=1a4ZYcmff](https://br.pinterest.com/pin/368028600784892974/?nic_v2=1a4ZYcmff)

Figura 9. Insignias extraídas del manual de marca del gobierno nazi p.17

Figura 10. Representaciones visuales que trascienden a la realidad y se mantienen en el tiempo: oficial de la SS en comparación con imagenes del manual de marca nazi p.47 el

personaje ficticio Dieter Hellstrom de Inglorious Bastards (2009) usando el uniforme correspondiente.

Figura 11. Posters propagandísticos del Tercer Reich con el slongan “Dame 4 años” y “Congreso del Partido del Reich en Nuremberg” (1937) Extraídos de <https://www.histclo.com/essay/war/ww2/tol/ger/eco/ne-4yp.html>

Figura 12. Venus de Willendorf 20 000 - 22 000 años a.C. y Figura 19. Venus de Milo 101 a. C. Extraído de <https://es.wikipedia.org/>

Figura 13. Portadas de revista Neues Volk (1937) con fotografía de una madre nazi. Extraído de <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/photo/nazi-propaganda-ideal-of-motherhood>

Figura 14. Portada Frauen Warte (1944) Extraído de <https://caldeiradas.wordpress.com/2011/11/02/la-revista-nazi-para-mujeres-frauen-warten-1941-1945/>

Figura 15. Josef Thorak “Deutscher Mann und deutsche Frau” Figures for the German pavilion “Deutschen Haus” (1937)

Figura 16. Ilustraciones de Paul Richer ‘Morphologie: la femme’ (1920) Extraído de <http://www.faoablog.com/blog/?p=10900>

Figura 17. Escultura mujer por Fritz Klimsch y Figura 26. la representación de la familia ‘pura y aria’ en la portada de un calendario. Revista Neues Volk. (1938) Extraído de <https://www.ushmm.org/propaganda/exhibit.html#/records/data/records/aryan-family-neues-volk.xml>

Figura 18. Escultura Venus de Milo y fotografía de Gertrud Scholtz-Klink directora de la rama femenina del estado naz. Extraído de <https://co.pinterest.com/cesarfelix1673/gertrud-scholtz-klink/>

Figura 19. Das Deustche Madel (1935) y portada del filme Olympia (1936)

Figura 20. Poster de promoción para la BDM (1934)

Figura 21. Diseño de uniformes para la BDM extraídos del 'Nazi Brand Book' vs. fotografía de chicas miembro de la BDM (1935)

Figura 22. Imágenes rutina obligatoria de ejercicios del libro de mano Madel in dienft. Extraído de <https://archive.org/details/Maedel-im-Dienst-Ein-Handbuch/page/n3/mode/thumb>

Figura 23. Material gráfico Das deutsche Mädel (1934)

Figura 24. Material gráfico Das deutsche Mädel (1934)

Figura 26. Extractos revista mensual BDM (1936)

Figura 27. Extractos revista BDM (1937)

Figura 28. . Walt Disney Animated Studio. (1994). El Rey León [Image]. Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=Itiikq5LFKM>

Figura 29. Leni Riefhstal, 1935. Triumph of Will [Imagen] Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=VZ1MkqTrLA4&t=1535s>

Figura 30 . LucasFilm. (2015). Star Wars Force Awakens [Image]. Extraído de <https://screenrant.com/star-wars-force-awakens-concept-art-rey/>

Figura 31. LucasFilm Limited, (1977). Star Wars Episode IV: A New Hope

Figura 32. .Leni Riefhstal, (1935). Triumph of Will [Imagen] Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=VZ1MkqTrLA4&t=1535s>

Figura 33. Olympia Poster (1936) [Imagen] Extraído de <https://www.imdb.com/title/tt0030523/>

Figura 34. Fotogramas Olympia 1. Teil – Fest der Völke(1936) [Imagen] Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=H3LOPhRq3Es>

Figura 35. Fotogramas Olympia 1. Teil – Fest der Völke (1936) [Imagen] Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=H3LOPhRq3Es>

Figura 36. Fotogramas Olympia 2. Teil — Fest der Schönheit (1936) [Imagen] Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=H3LOPhRq3Es>

Figura 37. Olympia Fotogramas(1936) [Imagen] Extraído de <https://www.imdb.com/title/tt0030523/s>

Figura 38. Poster publicitario para la primera temporada de The Handmaid's Tale. (Hulu, 2017) [Imagen] Extraído de <https://co.pinterest.com/pin/529454499944615596/>

Figura 39. Figura XX. Manifestación Resistência Nacional al frente de la sede de SOS racismo. Lisboa 2020 [Imagen] Extraído de <https://observador.pt/2020/08/10/parada-a-kkk-manifestou-se-a-frente-do-sos-racismo-apresentada-queixa-no-ministerio-publico/>

Figura 40. Figura 40. Diseño de vestuario para Serena Joy como esposa, Lydia como tía y Emily/De Glen como criada. The Handmaids Tale. Versión para Hulu (2017) [Imagen] Extraído de <https://vocal.media/geeks/the-handmaid-s-tale-meaning-behind-the-colors-the-women-wear>

Figura 41. Escena de nacimiento en The Handmaid's Tale "Birth Day" Episode 102 (2017) [Image] Extraído de [https://www.youtube.com/results?search\\_query=birth+day+the+handmaid+tale](https://www.youtube.com/results?search_query=birth+day+the+handmaid+tale)

Figura 42. Slovak Prime Minister Igor Matovic with President Zuzana Caputova during a swearing in ceremony of the new four-party coalition government (2020) [Image] Extraído de <https://www.lavanguardia.com/de-moda/20200323/4850566710/presidenta-eslovaquia-mascarilla-color-a-juego-coronavirus.html>.

Figura 43. Offred. Episodio 9 “Washington” Season 3 (2019) [Image] Extraído de <https://www.insider.com/the-handmaids-tale-dc-rings-handmaids-2019-6>



Figura 44. Manifestación de Golden Dawn y símbolo de mano para referenciar a la SS. [Imagen]  
Extraído de <https://www.aljazeera.com/features/2018/04/17/what-is-the-future-of-greeces-neo-fascist-golden-dawn/> y [https://www.adl.org/hate-symbols?cat\\_id%5B151%5D=151](https://www.adl.org/hate-symbols?cat_id%5B151%5D=151)

Figura 45. Manifestación neonazis en frente de instalación “He Will Not Divide US” [Imagen]  
Extraído de <https://theconversation.com/milk-a-symbol-of-neo-nazi-hate-83292>

Figura 46 Manifestación y grafities hechos en frente la orgaización SOS Racismo (2020).  
[Imagen] Extraído de <https://diariodistrito.pt/escritores-assinam-manifesto-contra-escalada-do-populismo-e-xenofobia>

Figura 47. Protesta “epidemia fascista” por integrantes del colectivo FEMEN [Imagen] Extraído de <https://www.publico.es/internacional/activistas-femen-protestan-paris-epidemia.html>

Figura 48. Protesta contra la violencia machista por integrantes del colectivo FEMEN [Imagen]  
Extraído de [https://www.huffingtonpost.es/entry/un-centenar-de-activistas-de-femen-marchan-en-paris-contra-la-violencia-machista\\_es\\_5d98cc26e4b0fc935edae47d](https://www.huffingtonpost.es/entry/un-centenar-de-activistas-de-femen-marchan-en-paris-contra-la-violencia-machista_es_5d98cc26e4b0fc935edae47d)

Figura 49. Movilización social en Chile 2019 [Imagen] Extraído de <https://theconversation.com/milk-a-symbol-of-neo-nazi-hate-83292>

Figura 50. Mon Laferte en los Grammy Latino 2019 [Imagen] Extraído de [https://www.reddit.com/r/chile/comments/dwkteb/mon\\_laferte\\_en\\_los\\_latin\\_grammy\\_2019/](https://www.reddit.com/r/chile/comments/dwkteb/mon_laferte_en_los_latin_grammy_2019/)

Figura 51. Leni Riefhstal y Adolf Hitler [Imagen] Extraído de <https://culturizando.com/leni-riefenstahl-la-cineasta-hitler/>

Figura 52. Melania Trump, durante la administración de Trump condecorando con la Medalla de la Libertad a Rush Limbaugh, primero hombre en usar el término ‘feminazi’ [Imagen]  
Extraído de <https://abcnews.go.com/Politics/rush-limbaughs-medal-freedom-trump-draws-backlash-past/story?id=68774530>