

¿En qué medida influyó el cartelismo en el ascenso de Adolf Hitler al poder?

Número de palabras: 3.731

Resumen

El tema que se tratará en esta monografía responde a la siguiente pregunta: *¿En qué medida influyó el cartelismo nazi en el ascenso al poder de Adolf Hitler?* Por ello, se va a contextualizar en una cronología entre el final de la Gran Guerra y el día en el que Hitler fue nombrado canciller de Alemania, para así conseguir averiguar hasta qué punto fue importante el papel de la propaganda en el ascenso de Hitler.

Para llegar a una conclusión, se va a seguir un método de investigación: Mediante el seguimiento histórico del cartel (desde mediados del siglo XIX hasta el siglo XX) se intentará contextualizar la importancia de la propaganda en la época en la que nació el movimiento Nacional Socialista. A continuación, se procederá a analizar diferentes carteles dirigidos a los principales sectores que conformaban la sociedad alemana de la República de Weimar: Los agricultores, el proletariado, las mujeres... con un claro contenido ideológico. Los carteles han sido seleccionados por su gran valor, ya que son originales de la época y plasman la doctrina nazi del momento. Asimismo, algunos tendrán una gran limitación, que es la exageración del contenido y las palabras utilizadas en los estos.

Con este análisis, se pretende demostrar como el partido nazi utilizó el cartelismo como uno de los principales recursos para conseguir votos, sin dejar a ningún sector de la sociedad de lado. Finalmente, se llegará a la conclusión de que el cartelismo jugó un papel fundamental en la llegada al poder del partido nazi y que influyó en gran manera en el ascenso al poder de Hitler.

265 palabras

Índice

Resumen.....	2
Índice.....	3
Introducción.....	4
Análisis.....	5
1. Ideología nazi y su impacto.....	7
2. Carteles dirigidos a los agricultores.....	9
3. Carteles dirigidos a los trabajadores.....	10
4. Carteles dirigidos a las mujeres.....	12
5. Carteles dirigidos a los excombatientes de Gran Guerra.....	14
6. Carteles antisemitas y antimarxistas/anticomunistas	16
Conclusión.....	18
Referencias.....	20

Introducción

Al finalizar la Gran Guerra el 11 de noviembre de 1918 con la firma del armisticio, en Alemania se produjo un gran cambio en el poder: se instauró la República de Weimar. Esta monografía se centra en estudiar en qué medida influyó la propaganda nazi, en la caída de la República de Weimar y en el ascenso al poder del partido nazi, dirigido por Adolf Hitler. Además, estará enfocada entre el periodo de 1923 a 1933, ya que corresponde a la aparición de Hitler en el partido nacionalsocialista.

Con este trabajo pretendo indagar sobre la influencia que produjo la propaganda, diseñada por los nazis, en la sociedad alemana. ¿Hasta qué punto contribuyó la propaganda nazi en el ascenso de Hitler al poder? ¿En qué medida influyó esta estrategia publicitaria en el aumento de votos a favor del partido nazi?

En mi opinión, esta serie de preguntas son de gran importancia, ya que estamos hablando de una de las principales causas que condujeron al cambio en la política exterior de Alemania, que tuvo como consecuencia el estallido en la Segunda Guerra Mundial. Además, la propaganda, aun siendo muy valorada en la actualidad por su gran potencial entre las masas, hace casi un siglo, fue subestimada por una serie de países europeos y por ello creo que merece ser estudiada.

Análisis

“La propaganda encontró en el cartel su aliado, porque cumplía todos los requisitos necesarios: comunicaba un mensaje, creaba un imaginario iconográfico para apoyar el régimen publicitado y, por último, permitía que la información alcanzara rápidamente a las masas” (Caro, 2010, p.64).

Aun así, el cartelismo no siempre ha servido como un medio propagandístico. Sus orígenes se remontan a partir del siglo XV, tras la generalización de la imprenta (Guzmán, 2007, p.1). Sin embargo, fue a finales del siglo XIX cuando los carteles se dieron a conocer, pero en el ámbito de las artes.

Gracias a la litografía, *“arte de dibujar o grabar en piedra preparada al efecto, para reproducir, mediante impresión, lo dibujado o grabado”* (Drae, 2012), en 1891, el cartel, "Moulin Rouge", elevó el estado del cartel a la categoría de arte, y durante las últimas décadas del siglo XIX, las calles de las capitales europeas fueron transformadas en la "galería de arte de la calle" (Enciclográfica, 2012, para. 1-2).

Al inicio del siglo XX, la litografía llega a su punto álgido, y en 1903, aparece la impresión *offset*. Esta, consigue una imagen más definida que mediante la litografía, se consigue que su producción sea más rápida y mucho menos costosa que cualquier otro sistema de impresión (Printyourcolour, 2013, par. 15).

Por otro lado, según el periodista Guzmán Urrero:

*“La propaganda a través de la cartelística es un fenómeno cuantificable a partir de la Primera Guerra Mundial, en concreto desde la aparición de un conocido cartel del británico Alfred Leete, *Your country needsyou*” (1914), cuyo protagonista, Lord Kitchener, señala al transeúnte con el dedo índice y, con mirada grave, solicita su alistamiento.*(Guzmán, 2007, p.5).

Los británicos son los primeros en usar los *carteles de propaganda bélica y política*. El cartel político *“es un instrumento gráfico y visual eficaz para*

la transmisión de las ideologías" (Wikipedia, 2014, par. 1) como el comunismo, el fascismo o el nazismo. El cartel bélico, por otra parte, contribuyó en gran medida a reunir soldados dispuestos a combatir en la Primera Guerra Mundial. *"De hecho, la guerra supuso la campaña publicitaria más grande hasta la fecha"* (Enciclográfica, 2012, par.9), ya que sirvió para reclutar soldados, estimular la producción, levantar los ánimos en la retaguardia...

Aunque los británicos fueron los primeros en utilizar este tipo de cartelismo, no fueron los últimos. La propaganda utilizada en la Gran Guerra significó el inicio de ésta como herramienta para la manipulación de las masas.

Los alemanes, ya fueron conscientes de que no solo habían perdido la guerra en el campo de batalla:

En la esfera de la propaganda de los folletos, el enemigo nos ha derrotado. Nos dimos cuenta de que en esta lucha a vida o muerte, era necesario usar los propios métodos del enemigo. Pero el espíritu de los folletos enemigos no se dejará matar. ... El enemigo nos ha derrotado no en la forma de hombre contra hombre en el campo de batalla, bayoneta contra bayoneta. ¡No! Los malos contenidos en una pobre impresión en papel malo ha[n] debilitado nuestro brazo (Pineda, 2007, p. 162).

Sin embargo, un hombre en concreto vio el gran potencial de esta herramienta: Adolf Hitler. En 1923, cuando escribió su famoso libro *MeinKampf* en el cual exponía sus reflexiones sobre su ideología, el nacionalsocialismo, ya afirmaba que la propaganda era un arma *"terrible en las manos de quien sepa utilizarla"* (Hitler, citado en Pineda, 2007, p.163).

Tanto creía en su potencial, que usó su potencial en gran medida para conseguir los votos suficientes para ascender al poder y para, tras haber sido nombrado canciller por Hindenburg, llevar a Alemania a la Segunda Guerra Mundial.

Aun así, en esta monografía se va a analizar en qué medida la propaganda tuvo una influencia en el ascenso de Hitler al poder el 30 de enero

de 1933. Para ello, se van a analizar una serie de carteles dirigidos a diferentes sectores de la población en la Alemania de la república de Weimar.

1. Ideología Nazi y su impacto

A lo largo de los años 20, Alemania sufre una serie de circunstancias, la mayoría provocadas por su derrota en la Primera Guerra Mundial, que acaban llevando al país casi a la miseria. En 1930, Hitler publica un cartel propagandístico en el que habla sobre estas circunstancias o factores y en el que define su ideología: el Nacionalsocialismo.



Figura 1: *German propaganda archive: Pre- 1933 Nazi Posters* (Dr Brooks)

En este cartel podemos ver principalmente una espada clavada (justo donde se encuentra dibujada la estrella de David) en una serpiente a la cual le salen palabras en rojo, y en la parte superior de la imagen podemos contemplar la esvástica, el símbolo nazi, con una frase debajo que dice: “*Lista: Partido Nacional Socialista Alemán de Trabajadores*”.

Entre las palabras rojas que brotan de la serpiente encontramos usura, Versalles, el desempleo, la mentira, la culpabilidad de la guerra, el marxismo, el

bolchevismo, la mentira y la traición, la inflación, Locarno, Pacto de Dawes, el Plan Young, corrupción, Barmat, Kutistker, Sklarek (nombres de judíos involucrados en escándalos financieros), la prostitución, el terror y la guerra civil.

Según Hitler, el Tratado de Versalles fue la principal causa de la situación en la que se encuentra Alemania a finales de los veinte y principios de los treinta. Esto fue debido a que el Tratado fue escrito por los ganadores de la Primera Guerra Mundial (Estados Unidos, Francia y Reino Unido). En su opinión, estos países impusieron ciertas medidas, un tanto excesivas, a Alemania; como la división de su territorio, la desmilitarización de Renania, la disminución del ejército alemán, una indemnización de guerra estratosférica... De esta manera, Hitler denunció que los aliados habían humillado a Alemania delante de todo el mundo, consiguiendo aumentar el sentimiento de venganza del pueblo alemán, que fue aprovechado por Hitler y fomentado mediante carteles como el anterior.

Con esta imagen, se puede observar cuáles eran los problemas principales a los que debía ponerse fin en Alemania según la ideología nazi, que pretendía ir convenciendo al pueblo alemán de ello. Además, pone más ímpetu en la destrucción de los judíos, con la estrella de David, símbolo judío, atravesada por una espada; un elemento esencial en la imagen, ya que representa uno de los puntos clave de la ideología nacionalsocialista. Esto es debido a que Hitler culpaba a los judíos de ser los responsables del estallido de la crisis de 1929 y que estos formaban una conspiración en contra de Alemania junto con los comunistas.

2. Carteles dirigidos a los agricultores



Figura 2: *German propaganda archive: Pre- 1933 Nazi Posters*(Dr Brooks).

Este es un cartel publicado en 1932 dirigido al sector agrícola de Alemania. En éste se muestra a un agricultor cogiendo una guadaña (herramienta agrícola), con un prado detrás junto a un cartel que dice “embargado” y un cielo rojo (color de la bandera nazi). Al final del cartel, se encuentra una frase en alemán que dice: “*Despejad el campo de cultivo. Ganaderos/Campesinos/Agricultores, votad a Hitler. Lista 1.*”

Esta imagen hace referencia a que, a principios de los años treinta, empezaron a verse las consecuencias de la crisis de 1929:

En Alemania, el crecimiento de los años veinte se debía a los préstamos exteriores de los Estados Unidos. La crisis del 29 hizo que los capitales se fueran retirando de Alemania, lo que produjo la reducción de la inversión y, por consiguiente, de la producción industrial en cerca de 58 por 100. El paro afectó a más de 6

millones de trabajadores y la agricultura quedó al borde del colapso (Silva, 2008, pár. 52).

Esto es debido a que, aunque a lo largo de los años veinte, la producción agrícola de los Estados Unidos había crecido enormemente debido a la gran demanda por parte de Europa, que se encontraba recuperándose de la post-guerra, en Alemania no había compartido ese boom agrícola que se produjo en Norte-América, por lo que sufrió la caída mundial de los precios en la producción.

Hitler, intentó aprovechar la situación de crisis agraria, que estuvo a punto de colapsar la agricultura y que produjo el embargo de las tierras de los agricultores, para convencer a estos, que ya no tenían nada que perder.

3. Carteles dirigidos al trabajador



Figura 3: *German propaganda archive: Pre- 1933 Nazi Posters (Dr Brooks)*

Este cartel proviene del año 1932 y va intrínsecamente dirigido al sector industrial, al proletariado. En esta imagen se puede ver a cuatro hombres sucios con rostros serios, vestidos con ropas ennegrecidas y con un fondo de una fábrica con chimeneas de las que sale humo. Por ello, se puede deducir que los hombres del cartel son trabajadores de la factoría del fondo. En la parte inferior se puede ver en rojo y con grandes letras, una frase que dice: “¡Nosotros estamos con Adolf Hitler!”

A principios del siglo XX, Alemania era considerada una de las mayores potencias industriales del momento. Sin embargo, tras la Gran Guerra, Alemania quedó destruida tanto por las consecuencias de la guerra como por las imposiciones del Tratado de Versalles. Aun así, gracias al Plan Dawes, establecido en 1924 por parte de los Estados Unidos, la industria alemana empezó a reconstruirse (Gran Bretaña empezó a mantener relaciones comerciales con Alemania para activar el comercio y la industria).

Todo esto cambió con el crack de Wall Street en 1929:

La economía alemana no pudo resistir la retirada de los capitales norteamericanos y la falta de créditos internacionales. El comercio exterior se contrajo bruscamente. La producción manufacturera decreció entre 1929 y 1932 a una media anual del 9,7 por 100. [...]La producción de carbón descendió de 163 millones de toneladas en 1929 a 104 millones en 1932; la de acero, de unos 16 a unos 5, 5 millones de toneladas (Junta de Castilla y León, s/p, par. 4).

Además, el desempleo producido por el decrecimiento de estos productos industriales, contribuyó al aumento del paro, que pasó de afectar a 900.000 personas en 1928 a casi 6 millones de trabajadores en 1932 (Junta de Castilla y León, s/p, par. 4).

Por ello, Hitler intentó aprovechar la situación en la que se encontraba el proletariado para prometer empleos a aquellos trabajadores que estaban en paro, y mediante estos carteles, promovió a su partido a la vez que llamó la

atención de aquellas personas que sufrían la misma situación que los trabajadores industriales.

4. Carteles dirigidos a las mujeres

Años antes de que estallase la Gran Guerra, las mujeres eran consideradas inferiores a los hombres, su vida se reducía al hogar y a cuidar a los hijos, estaban sometidas a su marido, e incluso se veía singular el hecho de que las mujeres accedieran a la universidad. Sin embargo, durante la Primera Guerra Mundial, todo cambió:

La mayoría de los hombres partieron a defender su país en la guerra, por lo que las mujeres tuvieron que remplazarlos en su labor, tanto en el campo como en la industria. Al prolongarse la duración del conflicto, los gobiernos contrataron a mujeres para que ayudasen en la retaguardia y así prevenir un colapso industrial. Se empezaron a encargar de todo tipo de trabajos que anteriormente eran exclusivos para hombres, como fabricar armas, trabajar en los ferrocarriles, conduciendo todo tipo de transportes (metro, autobuses, camiones) e incluso montando aviones. Además, fueron esenciales en el campo para la supervivencia del pueblo.

Al demostrar que podían ser iguales que los hombres, cuando finalizó la guerra, en el ámbito político apareció el movimiento sufragista, que pedía el derecho de las mujeres a votar. Gracias a ello, a partir de 1918, las mujeres empezaron a tener voz y voto. En el caso de Alemania, se produjo en 1918, cuando la República de Weimar se acababa de establecer (Todd, 2011, p. 101).

Aunque en Alemania la posición de la mujer había mejorado y para la República de Weimar la mujer estaba más revalorizada, Hitler ya tenía una idea concreta de cuál debía de ser el papel de la mujer en la sociedad.

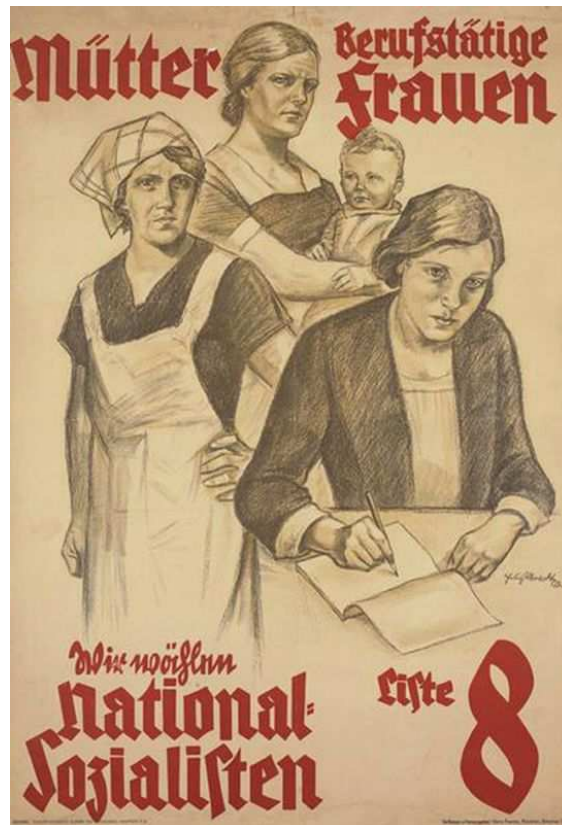


Figura 4: *German propaganda archive: Pre- 1933 Nazi Posters*(Dr Brooks).

Este cartel, de 1932, refleja cual es la concepción de Hitler respecto a las mujeres. En este póster, vemos a tres mujeres, una vestida más formal, por lo que se puede deducir que es una oficinista, y las otras dos vestidas con ropas para hacer las labores domésticas (la primera lleva un delantal junto con un pañuelo en la cabeza y la segunda una vestimenta parecida a la de un uniforme). Una de ellas, lleva en brazos a un bebé. Dice: *“Madres, señoras profesionales. Nosotras votamos a los Nacional-Socialistas. Lista 8.”*

Hitler vio el proceso de emancipación femenina durante la República de Weimar con desagrado. Según la propaganda nazi, los derechos de las mujeres se reducían a ser madres, amas de casa que apoyan a sus maridos, y las organizadoras de la comunidad (Todd, 2011, p. 100).

Pero para obtener votos por parte de la población femenina, creó carteles dedicados esencialmente a éstas.

5. Carteles dirigidos a los excombatientes de la I Guerra Mundial

Durante la Gran Guerra hubo millones de personas que salieron perjudicadas. Pero el sector de la población más afectado fueron los soldados que se encontraban en el campo de batalla.

En Noviembre de 1918 nadie esperaba la rendición y menos en condiciones tan humillantes como fueron posteriormente divulgadas [...]. La figura del soldado apuñalado por la espalda en el frente de batalla, por parte de los sectores democráticos y revolucionarios, fue fuertemente expuesta y utilizada por varios años (Prada Mayorga, 2009, p.6).

La derrota supuso un duro golpe para los soldados que habían sacrificado su vida por su país. Durante gran parte del conflicto, ambos frentes (el del este, en la frontera francesa, y el del oeste en la rusa), se estabilizaron en trincheras, donde era muy difícil y duro el avance. Además, la Primera Guerra Mundial fue la primera y la última en la que se usaron armas químicas (el gas mostaza). Alemania, fue de los países en los que se produjo más destrucción, tanto material como civil. Aproximadamente, “el 40% de los hombres alemanes que estuvieron en el frente resultaron muertos, heridos o inválidos” (Todd, 2011, p.64,).

Los enfermos aumentaron en gran medida. Las enfermedades se dividieron en dos tipos: aquellas producidas en el frente por armas y las producidas por el hambre, las infecciones y el frío en la retaguardia. Las ciudades se habían abarrotado de todo tipo de heridos de guerra: tanto mutilados como desequilibrados, además del trauma supuesto para toda la población de la época.

La vuelta a casa no fue fácil para nadie, pero menos para aquellos que habían vivido el horror de la guerra en el frente. Su reincorporación fue muy dura, y muchos de ellos se sintieron tanto humillados como resentidos por su derrota frente a los aliados.

Cuando el partido Nazi se presentó a las elecciones, una de los puntos que Hitler resaltaba era la injusticia cometida tanto durante como después de la Gran Guerra.



Figura 5: *German propaganda archive: Pre- 1933 Nazi Posters* (Dr Brooks).

En carteles como este, en el cual se muestra a un soldado de perfil vestido con el uniforme de batalla con la cara y las ropas sucias, y con un fondo marrón, se pretende recordar la derrota del 1918 y despertar el sentimiento patriótico y resentido de los alemanes. Para ello, se inscriben frases como la de este cartel, que dice: *"Dos millones de muertos. ¿Murieron en vano? ¡Nunca! ¡Soldados del frente! ¡Adolf Hitler os está mostrando el camino!"*

Estos, sumados a la ideología vengativa del partido Nacional Socialista, *"sedujeron [...] al militar alemán que regresó del frente con su orgullo por el suelo cuando, de la forma más humillante, se enteró que Alemania había perdido la guerra y que la capitulación era inminente"*(Prada, 2009, p. 11).

6. Carteles antisemitas y antimarxistas

Ya desde un principio, antes de su ascenso al poder, Hitler tenía como blanco a los judíos. Sin embargo, en aquellos momentos el antisemitismo no fue su prioridad. Los carteles de aquella época, iban más dirigidos hacia el resto de partidos políticos que en aquel momento eran una amenaza mayor hacia NSDAP. Por ello, en 1932, sólo 6 de los 124 carteles publicados por los nazis señalaban a los judíos como los principales enemigos (Gellately, 2002, p.42).

Aun así, siendo una minoría en comparación con el resto de carteles, la propaganda antisemita siempre estuvo presente, e incluso puede estar acompañada de un mensaje antimarxista como es el caso del siguiente cartel:



Figura 6: *German propaganda archive: Pre- 1933 Nazi Posters* (Dr Brooks).

Este, perteneciente a 1932, tiene como logo en alemán: "El marxismo es el ángel guardián del capitalismo. Voto Nacional Socialista." En este destacan los colores oscuros y apagados, pero sobre todo a dos hombres de la mano en medio de una pasarela que podríamos identificar como un camino de fuego. El

más alto, lleva un mazo, va vestido con una especie de taparrabos, un sombrero con las siglas del partido socialista (SPD) y una hoz, con un martillo y una estrella, el símbolo principal del marxismo. A su lado, de la mano, encontramos lo que se puede deducir como a un judío, por sus facciones y su gran nariz. Se identifica a los judíos con los capitalistas porque en aquellos momentos una parte de aquellos que controlaban la economía eran judíos. El hecho de que en el cartel ambos personajes vayan de la mano implica que hay una relación entre los judíos capitalistas y los marxistas, que es lo que los nazis querían que la población pensase, y así relacionarlos a ambos como un peligro, un enemigo para la nación. Como fondo de la imagen, se podría decir que de manera subliminal, en el cielo negro de la escena, en vez de estrellas, se usa múltiples veces el símbolo de la esvástica como otro modo para influir en aquellos que observan el cartel.

Aunque en un principio, antes del 1933, los principales enemigos para los nazis eran el resto de partidos políticos que hacían competencia al nacional socialismo, tras el ascenso al poder de Hitler, el número de propaganda antisemita empezó a crecer y ahí fue donde se empezaron a poner medidas en contra de la población judía.

Respecto a los marxistas del partido SPD, según Michael Burleigh:

Siempre que figuraban los comunistas en su propaganda, era como incendiarios <<asiáticos>> y asesinos, una visión de ellos que no estaba circunscrita a la derecha del espectro político, sino que la compartían muchos dirigentes del SPD, que eran en este aspecto completamente convencionales (Burleigh, 2002, s/p).

Como consecuencia a este tipo de propaganda cartelista, la población alemana empezó a ver con malos ojos tanto a los comunistas como a los judíos, por lo que, cuando se produjo el incendio del Reichstag en 1933 y los nazis acusaron a los marxistas de haber sido los responsables, se les llegó a creer.

Conclusión

En conclusión, aunque en un principio pensaba que el ascenso al poder de Hitler había sido únicamente producto de un conjunto de diversos factores que nada tenían que ver con el fenómeno propagandístico, mediante el análisis de los diferentes tipos de carteles he podido analizar la influencia de los carteles en el ascenso nazi.

La propaganda tuvo un papel muy importante es este aspecto, ya que mediante la manipulación de todos los sectores de la sociedad (agricultores, proletariado, mujeres, militares participantes en la Gran Guerra...), convenció a toda la población, sin dejar de lado a ningún grupo, de que él tenía la solución a todos los problemas que se habían presentado.

En esta monografía pretendía reflejar, a partir de carteles, cómo era la situación en la que se encontraba la juventud en el momento del ascenso de Hitler. Sin embargo, por falta de imágenes propias de la cronología estudiada (1923-1933), no se ha podido llevar a cabo. Además, también quise reflejar como era el culto al líder, aunque por ese periodo, aun no se habían desarrollado ese tipo de propaganda, ya que el líder del partido nazi aún no había sido nombrado canciller de Alemania.

Asimismo, Hitler aprovechó tanto el rencor de la población por haber sido humillados con la derrota en la Primera Guerra Mundial y el Tratado de Versalles, como la mala gestión del entonces gobierno de la República de Weimar. Con ello, empezó a introducir sus ideales junto al resto de protestas contra la República, teniendo como prueba de ello los carteles antisemitas y anticomunistas. Como se puede observar en el siguiente gráfico, los votos hacia el partido Nacional Socialista, ascendieron descomunalmente en varios meses:

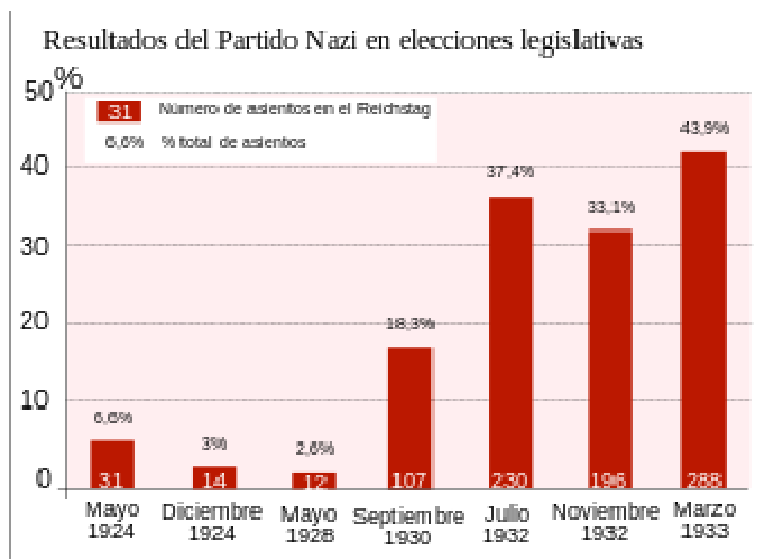


Figura 7: WikimediaCommons

Aunque el mayor aumento de votos que se produjo fue de 1928 a 1930, derivado del Crack de Wall Street y del consecuente aumento de parados, los carteles influyeron en gran medida en el ascenso de Hitler al poder, porque, como podemos observar, la mayoría de los carteles analizados en esta investigación son de 1932, y el aumento de votos en esas elecciones es evidente en las gráficas. Además, como él mismo afirmó en 1936, en el Congreso de Núremberg *"la propaganda nos ha llevado hasta el poder, la propaganda nos ha permitido conservar desde entonces el poder; también la propaganda nos concederá la posibilidad de conquistar el mundo"* (citado en Pineda, 2007, p.152).

Referencias

- Burleigh, M. (2002). *El Tercer Reich: Una nueva historia*. TAURUS.
- Caro, A. P (2010). *Imaginarios visuales. Espacios de representación en la comunicación visual: El cartelismo en sus orígenes* [Trabajo final de carrera]. Disponible en:
<http://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/96632/TFC-CARO-2010.pdf?sequence=1> día 4 de septiembre de 2014
- Dr. Brooks. *German Propaganda Achieve, Pre- 1933 Nazi posters* [Web] Disponible en <http://www.bytwerk.com/gpa/posters1.htm> día 7 de julio de 2014
- Enciclográfica (2012). *Una breve historia del cartel* [Web]. Disponible en: <http://www.sitographics.com/conceptos/temas/historia/cartel.html> día 4 de septiembre de 2014.
- Gellately. R. (2002). *No sólo Hitler: La Alemania Nazi entre la Coacción y el Consenso*. Editorial Crítica.
- Gúzman. U. (30 de Julio de 2007). *Historia del cartel y del cartelismo* [Web]. Disponible en: <http://www.thecult.es/Tendencias/historia-del-cartel-y-del-cartelismo.html> día 5 de septiembre de 2014.
- Junta de Castilla y León. *La crisis de 1929* [Web]. Disponible en: <http://www.artehistoria.icyl.es/v2/contextos/3115.htm> día 8 de septiembre de 2014.
- Pineda. C. A. (2007). Orígenes histórico-conceptuales de la teoría de la propaganda nazi. [Artículo]. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2298365> día 17 de julio de 2014.
- Printyourcolour (2013). *Todo sobre la impresión offset* [Web]. Disponible en: http://www.printyourcolor.es/item/184-todo-sobre-la-impresion-offset.html#.VBWYh_I_tu4 día 18 de septiembre de 2014.

Prada Mayorga. J. A. (2009). *La propaganda política gráfica como un elemento que influye en la conformación del nacionalsocialismo alemán entre los años de 1920 a 1940* [Trabajo universitario]. Disponible en: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1107/80797034.pdf?sequence=6&isAllowed=y> día 12 de octubre de 2014.

Real Academia Española (2014). *Diccionario de la lengua española*. Palma de Mallorca. Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=litograf%C3%ADa> día 14 de octubre de 2014.

Silva. S.S. (2008). *La crisis de 1929; la extensión de la crisis* [Web]. Disponible en: <http://www.zonaeconomica.com/tesis-1929> día 12 de septiembre de 2014.

Todd, Waller. (2011). *Authoritarian and Single- Party states*. Editorial Cambridge University Press.

Wikimedia (5 de Septiembre de 2014). *Parti Nazi aux élections législatives* [Web]. Disponible en http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/75/Parti_Nazi_aux_%C3%A9lections_l%C3%A9gislatives_ES.svg/320px-Parti_Nazi_aux_%C3%A9lections_l%C3%A9gislatives_ES.svg.png día 12 de diciembre de 2014.

Wikipedia (8 de Julio de 2014). *Cartel político*. [Web]. Disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Cartelismo_pol%C3%ADtico día 8 de julio.