

Карлос Аугусто Эрнандес Армас
Carlos Augusto Hernández Armas¹

**Мексиканская пропаганда во время
Второй мировой войны. Размышления о
силе медиа через дискурс-анализ**

**La propaganda Mexicana durante la Se-
gunda Guerra Mundial. Una reflexión sobre
el poder mediático, a través del Análisis del
Discurso**

**Mexican propaganda during the Second
World War. A reflection on media power,
through Discourse Analysis**

Аннотация: Целью этого документа является анализ пропаганды, которая была создана во время Второй мировой войны в Мексике, участие в мировых войнах которой, хотя и является одной из крупнейших стран Латинской Америки, остается малоизученным и неизвестным за рубежом. Используемый методологический метод – анализ дискурса, на основе анализа печатной продукции пропаганды, главным образом, плакатов, создаваемые в специальной «Мастерская народной печати» в течение 40-х годов

¹ Карлос Аугусто Эрнандес Армас – Профессор психологии, Автономный университет штата Идалго, Мексика. Carlos Augusto Hernández Armas – Professor of psychology, Master University Autonomus of Hidalgo State, Mexico
mail: carlosaugustoarmas@hotmail.com

Ключевые слова: пропаганда, война, медиа, плакаты, дискурс, Мексика

Abstract: The objective of this document is to analyze the propaganda created during the Second World War, taking as an example the specific case of Mexico, which although it is one of the largest countries in Latin America, is also unknown in its participation in the World Wars. The methodological technique that is used is the Discourse Analysis and the information sources are the posters elaborated by the workshop "The people's Print Workshop" during the decade of the 40's.

Keywords: propaganda, war, media, posters, discourse, Mexico.

Resumen: El objetivo del presente documento es analizar la propaganda creada durante la Segunda Guerra, tomando como ejemplo el caso específico de México, que si bien es uno de los países más grandes de Latinoamérica, es también desconocido en cuanto a su participación en las Guerras Mundiales. La técnica metodológica que se utiliza es el Análisis del Discurso y las fuentes de información son los carteles elaborados por el taller "The people's Print Workshop" durante la década de los 40's.

Palabras clave: propaganda, guerra, media, carteles, discurso, México

DOI: 10.32608/2305-8773-2020-25-1-98-121

La segunda Guerra Mundial es considerada como el mayor conflicto armado de la historia. Casi todos los gobiernos del mundo se vieron involucrados directa o indirectamente en ella y por lo tanto, las decisiones que tomaron alrededor de sus políticas internas fueron con base en los cambios que iban sucediendo en el plano internacional.

Una de las principales necesidades de los gobiernos en tiempos de guerra, fue la de procurarse el apoyo de la población a fin de que sus decisiones tuvieran un respaldo social que mantuviera la estabilidad social al interior del país. Para lograr esto fue necesario tener el control informativo, el cual a su vez influiría en el pensamiento e ideología de la población y por ello, debía contar con un plan publicitario de alto impacto que desde las instituciones permeara en la vida cotidiana.

En este contexto, la producción gráfica se puso al servicio del estado, continuando la línea de acción comenzada en la Primera Guerra. Según García², su protagonismo se debió a que los carteles ahorran combustible, proclaman al heroísmo de los soldados propios y satanizan al enemigo. Su efectividad comprobada ha dado paso a que las Ciencias Sociales aborden

² García Ruiz, 2018. P. 3.

el papel de la propaganda desde una perspectiva crítica, cuestionando los verdaderos motivos detrás de las campañas propagandísticas, y al mismo tiempo cuestionando las verdades obviadas en los momentos de tensión en los que fueron creados.

El presente ensayo va en ese sentido: su objetivo es analizar la propaganda creada durante la Segunda Guerra, tomando como ejemplo el caso específico de México, que si bien es uno de los países más grandes de Latinoamérica, es también desconocido en cuanto a su participación en las Guerras Mundiales. La técnica metodológica que se utilizará es el Análisis del Discurso y las fuentes de información serán los carteles elaborados por el taller “The people’s Print Workshop” durante la década de los 40’s.

México en la segunda guerra mundial

México está ubicado geográficamente en Norte América, colindando en el norte con Estados Unidos y al sur con Guatemala y Belice. Perteneció a Latinoamérica por ser hispanohablante. Actualmente tiene una población de 120 millones de habitantes y es el quinto país más grande en extensión del continente Americano. Es la tercera economía después de Estados Unidos y Brasil y la 13ª más grande del mundo³. Su vecindad con Estados Unidos ha estado marcado por profundas asimetrías en lo económico, social, cultural, lingüístico y religioso; y la relación entre ambos países se han caracterizado por acercamientos y distanciamientos paralelos, pero las condiciones más desfavorables han sido para México. “Pobre de México, tan lejos de dios y tan cerca de Estados Unidos” fue una famosa frase atribuida a Porfirio Díaz, presidente dictatorial en México durante treinta años, la cual resume la interdependencia subordinada que ha predominado en los 189 años de relación entre los dos países⁴.

Algunos de los hitos históricos que han marcado esta relación, se resumen en la siguiente tabla:

Relación	Periodo	Características
Disputa por territorios y fronteras	1821	“Doctrina Monroe”, expansión de E.U., invasión a México; compra de la mitad del territorio (Tratado de Guadalupe).
Acción punitiva	1916-1917	Invasión de E.U a México, como respuesta a incursión de

³ México en cifras, México: INEGI, 2018.

<http://www.beta.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/>

⁴ Rincones, 2004. P. 2-3.

		Francisco Villa a E.U. Reconocimiento de Gobierno de Carranza. Retirada por inicio de Primera Guerra Mundial.
Buenos Vecinos	1928-1952	Alianza bilateral por Segunda Guerra Mundial. Complementariedad económica.
Vecinos Distantes	1953-1988	Guerra fría, posicionamiento de México en comunidad internacional que no apoyaba a E.U.
Vecinos Asociados	1989-2003	Firma y operación de Tratado de Libre Comercio entre México, E.U. y Canadá.
Vecinos Distanciados	2003-a la fecha	México no apoya la invasión de E.U. a Irak; criminalización de inmigrantes mexicanos. Muro de Trump.

Como podemos observar, en el periodo de la Primera Guerra prevalecía un ambiente de tensión entre Estados Unidos y México, debido primeramente a la injerencia que tuvo el gobierno estadounidense en la Revolución Mexicana que comenzó en 1910. Esta revolución tuvo como objetivo inicial el derrocamiento del dictador Porfirio Díaz, y en el transcurso emergieron objetivos secundarios, como reordenar el estado hacendario y reformar la estructura de la asignación de propiedades agrarias⁵. Estados Unidos apoyó el gobierno de Venustiano Carranza y tuvo un papel decisivo en la caída de Victoriano Huerta; por otro lado, el presidente Woodrow Wilson apoyó con energía eléctrica a Álvaro Obregón para poder repeler el ataque nocturno de las tropas de Francisco Villa⁶. Como resultado de estas intrusiones por parte del país vecino, el 9 de marzo de 1916, Francisco Villa invadió con 589 efectivos de su ejército el pueblo estadounidense de Columbus devastando gran parte del pueblo durante la lucha y matando a 37 militares y 20 civiles⁷. La respuesta de Estados Unidos al ataque fue mayor: en la llamada Expedición Punitiva, el ejército de ese país, invadió el norte de México durante once meses para capturar a Villa, sin lograrlo. Se dice que

⁵ Blasco Ibañez, s.n. P. 1-20.

⁶ Library of congress, The Mexican Revolution and the United States, (USA: Library of Congress, 2019). <https://www.loc.gov/exhibits/mexican-revolution-and-the-united-states/us-sp.html>

⁷ Guy, 1919. P. 43-80.

en esta operación, el ejército de Estados Unidos probó su más novedoso equipo militar, el cual usaría un año más tarde en la llamada Gran Guerra.

Mientras todo esto sucedía en la frontera entre Estados Unidos y México, en Europa se gestaba la Primera Guerra Mundial y Alemania evaluaba las alianzas estratégicas que favorecieran a sus fines. A inicios de 1917, Arthur Zimmermann, Ministro de Relaciones Exteriores de Alemania y Hans Arthur von Krennitz, oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores, diseñaron el plan de “Alianza Mexicana”, y como parte importante de éste, envió el llamado “Telegrama Zimmermann” al Gobierno Mexicano, por medio del embajador de Alemania en ese país. El mensaje (decodificado) del telegrama era el siguiente: “We intend to begin on the first of February unrestricted submarine warfare. We shall endeavor in spite of this to keep the United States of America neutral. In the event of this not succeeding, we make Mexico a proposal of alliance on the following basis: make war together, make peace together, generous financial support and an understanding on our part that Mexico is to reconquer the lost territory in Texas, New Mexico, and Arizona. The settlement in detail is left to you”⁸.

La propuesta fue rechazada por el presidente Venustiano Carranza, aludiendo a la neutralidad que México tendría en la guerra.⁹ Algunos analistas mencionan que la decisión de Carranza fue estratégica, pues se preveían futuras relaciones comerciales con Estados Unidos y por otro lado, no convenía tener un conflicto bélico con ellos, aun contando con el apoyo de Alemania, pues el desarrollo militar de México era menor.

La neutralidad de México durante la Primera Guerra se mantuvo, pero su postura cambió cuando la Segunda Guerra Mundial comenzó en 1939. En la época inicial de este conflicto, México estaba viviendo el proceso conocido como “Expropiación petrolera” implementada en 1938 por el presidente Lázaro Cárdenas, la cual consistió en la apropiación legal del petróleo (que antes explotaban diecisiete compañías extranjeras), para convertirse en propiedad de los mexicanos. Esto derivó en una serie de trabas comerciales por parte de Estados Unidos y Gran Bretaña, debido a que sus compañías fueron las más afectadas. Ante ello, el Gobierno buscó alternativas de exportación que fueron un tanto polémicas, una de ellas fue la venta de petróleo a Alemania en un contexto en que el nacionalsocialismo era fuertemente criticado no solo internacionalmente sino también al interior de la política mexicana, ya que el rechazo al fascismo europeo había sido evidente con acciones concretas, como el ofrecimiento de refugio a miles

⁸ National Archives, The Zimmermann Telegram, (USA, 2018),

<https://www.archives.gov/education/lessons/zimmermann>

⁹ Morales, 2016. P. 1-7. <http://delta.cs.cinvestav.mx/~gmorales/16Zimm/zimm.pdf>

de exiliados españoles perseguidos por Francisco Franco¹⁰. Cárdenas anunció la neutralidad de México en el conflicto internacional, sin embargo el contacto comercial entre México y Alemania y Japón, levantó suspicacias entre los gobernantes estadounidenses, quienes empezaron a manifestar sus inquietudes en la prensa nacional. La investigación hemerográfica de José Luis Garza da cuenta de que diarios como el *New York Times* y el *Sunday News* hacían ver la gestación de un supuesto antinorteamericanismo en México alimentado por los nazis¹¹.

Con la llegada de Manuel Ávila Camacho a la presidencia de la República de México, en 1940, el discurso de neutralidad cambió. El país entonces vivía el llamado “milagro mexicano”, el cual se refería al crecimiento económico, la consolidación del mercado interno, y la inserción de México en el mercado mundial; y, al mismo tiempo, esto significaba una mayor dependencia hacia el vecino del norte, en términos comerciales. Es por ello que en 1941, cuando la armada japonesa atacó el archipiélago de Pearl Harbor y Estados Unidos en respuesta le declaró la guerra a Japón, México se vio obligado a cortar relaciones diplomáticas con las potencias del Eje. Por otro lado, las relaciones entre México y Estados Unidos se fortalecieron por medio de dos eventos: la firma de un tratado en el que E.U. se comprometía a comprar once materiales comerciales estratégicos y la firma del “Programa de Braceros”, en el cual se admitieron a cuatro mil mexicanos para trabajar en el campo. Por el lado militar, el gobierno mexicano montó una defensa por todos los estados con costa en el Océano Pacífico y se evitó la intención de Estados Unidos de establecer bases militares en el territorio Mexicano¹². De esta forma se consolidó la alianza entre ambos países, lo que se reflejó en el inicio de una campaña propagandística de apoyo a los Estados Unidos en el conflicto bélico.

Fue en 1942 cuando Alemania interpretó el apoyo de México a Estados Unidos como una afrenta, especialmente por tratarse del suministro de hidrocarburos determinantes para la guerra. Es por ello que el 13 de mayo de ese año un buque alemán hundió a un buque petrolero mexicano llamado “Potrero del Llano”. Ante esto, el gobierno mexicano manda un mensaje a Alemania, exigiendo una respuesta satisfactoria, poniendo como fecha límite el 21 de ese mes. La respuesta de Alemania fue el hundimiento de un buque mexicano más, el “Faja de Oro”. El día 22, el presidente Ávila Camacho declaró la guerra a Alemania y los países del eje, enviando su notificación por medio de su embajada en Suecia (aunque ésta no fue contesta-

¹⁰ González, 2018. P. 186-187.

¹¹ Ortiz, 1989. P. 31-35.

¹² Peña, 2000. P. 85-98.

da por los tres países)¹³. De esta manera comenzó el apoyo de México a los países Aliados, el cual consistió principalmente en el suministro de combustible y en la incautación y administración de las propiedades de los alemanes, italianos y japoneses en México.

A mediados de 1943 comenzó a considerarse el envío de tropas mexicanas a los frentes de guerra, a pesar de la conciencia de las carencias económicas y técnicas de las fuerzas armadas. Algunos investigadores piensan que esa decisión se tomó con el objetivo de comenzar un nuevo programa de fortalecimiento del ejército y para emprender esta nueva idea el gobierno tuvo un nuevo reto que sortear, la opinión pública: “El gobierno determinó que las fuerzas armadas mexicanas unieran su esfuerzo a las potencias aliadas, en un momento en que había disminuido el interés norteamericano por cumplir con los acuerdos estratégicos y en donde se presentaban diversos síntomas de inestabilidad social. De igual forma, era necesario aprovechar la coyuntura mundial para incrementar la capacitación de ciertos cuadros del ejército. Para conseguir tal objetivo, el gobierno tuvo que conseguir el apoyo de la opinión pública, negociar la participación con Estados Unidos y lograr un acuerdo entre los altos mandos del ejército”¹⁴.

Esta iniciativa culminó en 1944, cuando Ávila Camacho decretó que las fuerzas armadas participarían en la liberación de las Islas filipinas, específicamente con un escuadrón aéreo. Se seleccionó un grupo de trescientos soldados, quienes se capacitaron en Estados Unidos y entre junio y julio de 1945 entraron en combate al oriente de Manila.

La participación del Escuadrón 201 fue más simbólico que determinante: en una guerra entre millones de soldados, la participación de un escuadrón de trescientos hombres no tendría mayor impacto. Los analistas sostienen que, entonces, el objetivo del gobierno fue simbólico; en primer lugar por significar una alianza estratégica entre las fuerzas armadas de Estados Unidos y México y en segundo lugar, para promover ideologías bélicas que en ese momento no predominaban en el país. A partir del ingreso de México en la guerra, se inició una fuerte campaña publicitaria en la que se siguieron los pasos de los miembros del escuadrón 201, acompañados de una abundancia de discursos y arengas patrióticas. Cuando regresaron los soldados a territorio mexicano, se les recibió como héroes, el festejo duraría meses, el pueblo lloró a los caídos (cinco soldados) y el gobierno premió a los sobrevivientes.

Con el paso del tiempo, el “espíritu patriótico” despertado durante la Segunda Guerra derivó en el fortalecimiento del ejército mexicano, el de-

¹³ Figueroa, 2017.

¹⁴ Salazar, Flores, 1998. P. 94-95.

creto de obligatoriedad del servicio militar a los 18 años, y la vinculación entre el ejército mexicano y el estadounidense para acciones en conjunto y capacitación. Después del fin de la Segunda Guerra, Estados Unidos se consolidó como un poder hegemónico sobre Latinoamérica, aunque “en el caso mexicano, la diplomacia nacional se mantuvo fiel a los principios de no intervención y respeto a la soberanía de los estados”¹⁵.

Propaganda durante la guerra, en México

En el periodo de guerra, el Estado se ve en necesidad de apoyarse de la población para que sus decisiones sean respaldadas, logrando así contar con los recursos disponibles en todos los sectores productivos de la sociedad. Esto incluye la producción artística en todas sus vertientes, como la música, la televisión, la radio y en tiempos modernos, el internet. La producción gráfica fue uno de los principales recursos de información en las dos guerras, debido al bajo costo de su producción y a la facilidad en su distribución. Según Manuel García, son dos requisitos fundamentales para considerar que un medio es capaz de adoctrinar e imponer una ideología: “Contar con una audiencia lo suficientemente amplia y que exista un acto volitivo de influir sobre las conductas y pensamientos del receptor para conseguir así un efecto de adoctrinamiento y transmisión de ideas. Nos encontramos entonces con una obra propagandística. La sencillez de la historieta o el cartel facilita su penetración entre la sociedad, con independencia de su nivel cultural”¹⁶.

Esto era ampliamente conocido por las agencias de publicidad gubernamental estadounidense durante los periodos de las dos guerras mundiales, quienes se especializaron a tal grado de notar que no era suficiente con poner un mensaje al alcance del público, sino que era necesario que lo asimilaran, por lo tanto era ya tarea de psicólogos. Una prueba de ello es que en 1920 la agencia J. Walter Thompson contrató a John B. Watson, considerado el padre del conductismo, para aplicar sus conocimientos en el estudio de las maneras de motivar el comportamiento de la gente¹⁷. Esto ha sido considerado como uno de los inicios de la llamada “era de la imagen”, la cual a su vez, transformó la propaganda de las guerras, de ser una campaña de transmisión de mensajes a una “guerra psicológica”.

Mientras esto sucedía en Estados Unidos, México estaba en un proceso de modernización de sus medios de comunicación masiva. En 1930 se inauguró la XEW y en ese año se transmitió el primer comercial de radio

¹⁵ Salazar, Flores, 1998. P. 99.

¹⁶ García, 2018. P. 3-4.

¹⁷ Larson, 1979. P. 1-4.

calificado como “moderno”. En 1934, se abrió Anuncios de México S.A., primera agencia publicitaria de vanguardia y en 1939 ya existían diez más de ese tipo¹⁸. Sin embargo, fue hasta 1942, cuando México declaró estado de guerra, que los medios impresos nacionales se inundaron de noticias, editoriales y anuncios que hacían referencia al conflicto mundial. También el cinematógrafo y la radio fueron importantes para difundir la ideología de los aliados. En este contexto, fue determinante el papel de la Oficina Coordinadora de Asuntos Inter-Americanos, dirigida por Nelson Rockefeller, la cual “invertió grandes sumas de capital en diversas empresas de comunicación en el territorio nacional; financió periódicos, revistas, estaciones de radio e incluso cineastas para que se sumaran a la campaña aliada”.¹⁹ El gran reto del Gobierno era hacer una transición en la mentalidad del pueblo, de una postura neutral y pacifista a una bélica y valiente; para lograrlo echó a andar una serie de acciones que permeaban en la vida cotidiana, como bien lo describen Delia Salazar y Eduardo Flores: “Esta impresionante campaña propagandística se acompañó de innumerables actos cívicos, en donde se enaltecían los valores del pueblo mexicano, tales como: “patriotismo”, “honor”, “valor”, “virilidad”, y “nacionalismo”, entre otros. Pero matizados con elementos panamericanos. Hasta en las más apartadas regiones del país, el estado promovió la organización de comités de defensa civil que serían los encargados de preparar y apoyar a la población en el caso de un ataque enemigo”.

Al mismo tiempo, el gobierno mexicano públicamente y ante los medios comunicó su simpatía hacia los Estados Unidos y su disposición de mantener una relación de colaboración entre los dos países e incluso declaró como persona *non grata* a Arthur Dietrich, propagandista alemán radicado en México. Como respuesta de agradecimiento, el Departamento de Estado norteamericano indicó a sus funcionarios que siempre que pudieran, elogiaran públicamente, de manera moderada a México²⁰.

¹⁸ Ortiz, 1989. P. 45-50.

¹⁹ Salazar, Flores, 1998. P. 88.

²⁰ Ortiz, 1989. P. 41.

Dentro de este escenario nació el Taller Gráfica Popular (TGP), que es en donde se crearon los materiales que se analizarán en este ensayo. En junio de 1937, un grupo de artistas de la Escuela de Artes Plásticas comenzó



a reunirse en la Ciudad de México para construir un espacio colectivo. Los pintores Leopoldo Méndez, Luis Arenal, Pablo O'Higgins, Raúl Anguiano, Ángel Bracho y Alfredo Zalce lo fundaron bajo la idea de tener un lugar de discusión política y estética. Sus obras no solo perseguían la belleza, sino que aspiraban a ser útiles en las luchas de liberación social²¹. Al poco tiempo se unieron al movimiento una decena más de artistas quienes se reunían una vez a la semana para definir sus líneas de trabajo.

Los temas de Taller de Gráfica Popular siempre fueron políticos, sociales y de denuncia, apoyando a los sindicatos y organizaciones populares, agrarias, o de obreros y maestros. Su objetivo era llevar el arte a las masas, de una manera eficiente y barata. Es por ello que se sintieron identificados con los ideales socialistas y soviéticos, así que combinaron imágenes y símbolos de éstos con problemas mexicanos como el alza de precios, las críticas al gobierno, etcétera²². Cuando estalló la Segunda Guerra Mundial, el TGP tuvo mucha actividad. Los sindicatos afines al gobierno les solicitaban carteles, hojas volantes, murales y mantas. Las organizaciones de izquierda interpretaban la lucha contra el fascismo como un evento determi-

²¹ Ruiz, 2017.

²² México desconocido, 2010.

nante para la supervivencia del movimiento obrero mundial; es por ello que lucharon por que su trabajo fuera ampliamente difundido en México y en el extranjero, tuvieron exposiciones de sus trabajos en Europa, Estados Unidos y en 1940 en Moscú. La sorpresa para ellos fue que al régimen estalinista no le gustó inicialmente su trabajo: se quejaron de que a los campesinos y obreros no se les representaba con belleza moral o física²³.

Como respuesta a ello, el TGP imitó la receta del realismo socialista y grabó a un soldado soviético bello, fuerte y viril, que tendía la mano al espectador. Sin embargo, la decepción de haber sido regañados por la URSS permaneció en ellos y sus trabajos posteriores. Por otra parte, el gobierno de México encontró en este grupo de artistas una herramienta poderosa para la difusión de las nuevas ideas bélicas que pretendía propagar en la población. Especialmente después del hundimiento de los buques por parte de Alemania y la posterior alianza explícita con Estados Unidos, el TGP elaboró los carteles más representativos del México anti-nazi e involucrado en la Segunda Guerra. Sus trabajos ayudaron a que las personas adoptaran los ideales de los países aliados y a facilitar las transformaciones en materia militar que sucederían en México después de que la guerra terminara.

En el apartado 4 se revisarán los principales carteles que TGP elaboró durante este periodo y se analizarán bajo la metodología de análisis del discurso.

Metodología: Análisis del discurso

Según Michael Foucault, el discurso es entendido como el “flujo de conocimiento a través del tiempo”²⁴; una producción lingüística que se pone en juego para producir algo. Es un término que ha traspasado barreras disciplinarias, pues en su expresión convergen distintos factores como a) el desarrollo mismo de la historia del discurso; b) la pluralidad de autoridades y acepciones que el mismo término tiene; c) la variedad de disciplinas que desarrollan teorías para explicar el fenómeno; d) los distintos enfoques que se desarrollan y e) al ser el discurso una práctica social, su estudio no puede estar restringido a cierta área²⁵.

Los discursos aparecen en cualquier lugar en donde suceda la interacción social y las formas en que se manifiestan son diversas. Son obras de personas activas que reciben los mensajes, los reproducen y los materializan. Su estudio y análisis ha abierto un nuevo campo de estudio, debido a que se relacionan íntimamente con el ejercicio del poder. Se trata, en pala-

²³ Prignitz, 1992. P. 70.

²⁴ Foucault, 1979. P. 40.

²⁵ Karam, 2005, P. 1.

bras de Foucault, de: “(...) el proyecto de descripción pura de los acontecimientos discursivos como horizonte para la búsqueda de las unidades que en ellos se forman. Esta descripción se distingue fácilmente del análisis de la lengua (...). Se trata entonces de definir, a partir de este conjunto que tiene un valor de muestra, unas reglas que permitan construir eventualmente otros enunciados aparte de éstos”.²⁶

De este acercamiento inicial a la categoría de *discurso* se han ramificado los enfoques para su estudio. Primeramente podemos diferenciar la Teoría del Discurso (TD) y los Análisis del Discurso (AD). Los primeros se refieren a aquellos aspectos conceptuales que caracterizan al discurso como práctica social, las operaciones que se realizan y los procesos generales en los que se inscribe. Son las teorías en las que se reúnen un conjunto de juicios sobre el discurso, sus propiedades, rasgos y usos²⁷.

El Análisis del Discurso (AD), por su parte, es una metodología que incluye procedimientos por medio de los cuales se experimentan aplicaciones conceptuales y herramientas de interpretación. Unos de sus principales atributos son la multidisciplinariedad y heterogeneidad que confluyen en él, lo cual le convierte en una técnica de análisis potente y preciso que resalta por su ductilidad. El AD ha sido adoptado para su uso en los métodos cuantitativos y cualitativos. Para el primer caso se debe hacer una selección de variables coherentes con los objetivos y se les debe asignar un valor y un indicador, que permitirá medir a cada una de ellas²⁸. Para los estudios cualitativos –como el del presente ensayo–, se pueden analizar las representaciones discursivas puestas en circulación en cada medio para develar las estructuras internas, las acciones que se logran y los procesos cognitivos que ocurren en el uso del lenguaje. Para ello, en palabras de Van Dijk “es necesario dar cuenta que el discurso como acción social ocurre en un marco de comprensión, comunicación e interacción que a su vez son partes de estructuras y procesos socio-culturales más amplios”²⁹.

Siguiendo esta noción social del discurso, éste puede ser una manifestación de las interacciones políticas que acontecen entre los individuos de determinado grupo, sosteniendo al mismo tiempo la realidad social y sirviendo como instrumento de ejercicio del poder. Según Siegfried Jäger “los discursos ejercen poder en tanto que determinan no sólo los desarrollos de otros discursos y sus contornos, sino que ofrecen –especialmente a

²⁶ Foucault, 1979. P. 45-45.

²⁷ Karam, 2005. P. 3.

²⁸ Sagayo, 2014. P. 5-6.

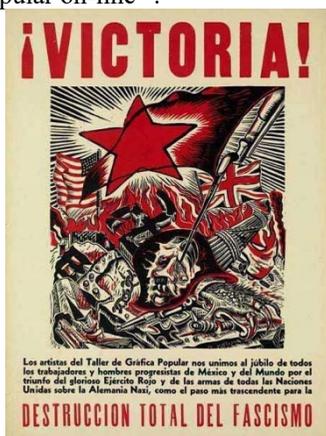
²⁹ Silva, 2002. P. 26.

través de los medios de comunicación de masas- premisas de aplicación para ser convertidas en acciones y en configuraciones de la realidad”³⁰.

Según Jäger los pasos de análisis básico en el Análisis del Discurso – que son los utilizados para el análisis de estos carteles-, son los siguientes: Institutional setting, Design, composition of the text, of the picture, the photo or the film, Linguistic rhetoric instruments, Contend-related ideological statements, Interpretation.

La ventaja de elaborar Análisis del Discurso en materiales impresos o en textos escritos radica en que éstos tienen más tiempo para pensar en “la palabra correcta” que los que hablan. Es decir, tienen una elección más cuidadosa de las palabras o gráficos, lo que evidencia su planificación y la intención con que fue realizado³¹. Por otra parte, los dibujos ayudan a construir representaciones gráficas de emociones que se adhieren a una ideología coherente, la cual se pretende implantar a quien recibe el mensaje.

En cada uno de los carteles que se analizarán a continuación, se anotarán al pie algunos datos descriptivos y su traducción al inglés. Posteriormente se desarrollarán los pasos básicos para el Análisis del Discurso propuestos por Siegfried Jäger. Todos los carteles pueden verse en el catálogo del Taller de Gráfica Popular on-line³².



Traducción: “Los artistas del Taller de Gráfica Popular nos unimos al júbilo de todos los trabajadores y hombres progresistas y del mundo por el triunfo glorioso del Ejército Rojo y de las armas de todas las naciones

³⁰ Jäger, 2008. P. 2, 507

³¹ Dooley, Levinsohn, 2007. P. 18-21.

³² Taller de Gráfica Popular, <https://collections.lacma.org/node/580931>

unidas sobre la Alemania Nazi, como el pase más trascendente para la DESTRUCCIÓN TOTAL DEL FASCISMO”.

Institutional setting: Cartel Elaborado por Taller de Gráfica Popular.

Design, composition of the text, of the picture, the photo or the film: Se observan de fondo las banderas de Estados Unidos y Gran Bretaña y como protagonista, la bandera de la Unión Soviética clavada en la cuenca vacía del ojo de Hitler. Él es dibujado como alguien malévolo (observar los dientes puntiagudos y la garra), pero vencido. Los símbolos del nazismo están hechos escombros. Los colores empleados son rojo y negro, y el estilo es gore.

Linguistic rhetoric instruments: Utiliza una retórica triunfalista y directa. Está redactado de manera que quien da el mensaje se incluye en el bando de los ganadores.

Content-related ideological statements: Pone como protagonista al comunismo, con los aliados en segundo lugar. El nazismo se ve derrotado.

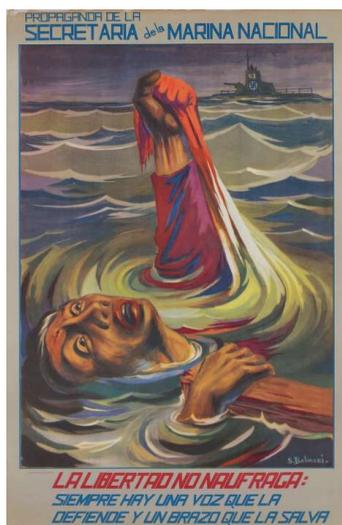
Interpretation: Combina los colores que aluden al comunismo, con la bandera de éste régimen para dar este mensaje de victoria sobre el nazismo. Los autores se identifican con el grupo triunfador, por lo que ofrecen este mensaje de victoria sobre el enemigo. El enemigo es satanizado y puesto en ridículo frente a los vencedores.



Traducción: Arriba: “En sus puestos”, abajo: “Secretaría de Gobernación”, “Cooperación de los Talleres Gráficos de la Nación. Institutional setting:

Cartel Elaborado por Taller de Gráfica Popular, bajo las instrucciones de la Secretaría de Gobernación. Design, composition of the text, of the picture, the photo or the film: En la parte central y en grande está la imagen de un soldado con características físicas de un mexicano, con equipo militar y empuñando un fusil. En el fondo se ve la imagen de un campesino y un obrero. En la parte derecha aparecen todas las banderas de los demás países de Latinoamérica que apoyaban a los aliados. El soldado aparece con una postura gallarda y una actitud valiente. Linguistic rhetoric instruments: La frase de “En sus puestos” alude a una indicación básica que se da a los soldados. El discurso se dirige a los civiles de estos países Latinoamericanos, quienes se dedican a trabajos de las clases populares. Contend-related ideological statements: Es un cartel de corte nacionalista que se remite a las clases trabajadoras de estos países. Interpretation: Se trata de una invitación dirigida a las clases trabajadoras para que se unieran al ejército. Es importante recordar que después de la incorporación de México en la Segunda Guerra, comenzó un nuevo programa de fortalecimiento del ejército en el que se necesitaban nuevos reclutas. Para ello se necesitaba fomentar una ideología nacionalista en la que el soldado fuera un mexicano heroico. En esos años estaba en inicio el pensamiento de Latinoamérica como una sola tierra, en la que esos países se hermanaran.

La Libertad no naufraga



Traducción: Arriba: “Propaganda de la Secretaría de la Marina Nacional”, Abajo: “La libertad no naufraga: Siempre hay una voz que la defiende y un

brazo que la salva”. Institutional setting: Cartel Elaborado por Taller de Gráfica Popular, bajo las instrucciones de la Secretaría de la Marina Nacional. Design, composition of the text, of the picture, the photo or the film: Se trata de una imagen dramática de una persona posiblemente mexicana, que empuña una bandera de México mientras se hunde en el mar. Al fondo se ve un buque de guerra del ejército nazi. Los colores son sombríos, al igual que la tipografía. Linguistic rhetoric instruments: Es un mensaje de tipo abierto, que va dirigido de manera indirecta a las personas que pudieran defender al país, aún después de ser atacado. El dramatismo de la imagen contrasta con el mensaje esperanzador de que habrá alguien que defienda al país en situaciones catastróficas. Contend-related ideological statements: Se ubica al nazismo como el enemigo confrontado con el nacionalismo de los mexicanos. Interpretation: El cartel se refiere al hundimiento de los buques mexicanos por parte del ejército nazi. Propone una defensa ante este ataque, difundiendo la seguridad de que habrán mexicanos que respondan a éste. El dolor que refleja la persona que se está ahogando pretende transmitir el sentimiento de derrota que sintió el gobierno mexicano después del hundimiento de los buques.

La patria mexicana



Traducción: Arriba: “La patria mexicana defendida por sus hijos” y abajo la pequeña leyenda: “Propaganda de la Secretaría de Educación Pública”. Institutional setting: Cartel Elaborado por Taller de Gráfica Popular, bajo las instrucciones de la Secretaría de Educación Pública. Design,

composition of the text, of the picture, the photo or the film: *Impresa en los tres colores de la bandera mexicana, con la combinación de cuatro símbolos importantes en la cultura mexicana: las pirámides que representan la época prehispánica; el águila que es el escudo nacional y que al mismo tiempo simboliza la fundación de Tenochtitlán, la principal ciudad azteca; el fusil, que representa el espíritu bélico y las manos morenas y marcadas que simbolizan a los trabajadores mexicanos.* Linguistic rhetoric instruments: La combinación de los símbolos y el lema dan como resultado una pictografía sumamente patriota, que invita a defender al país bélicamente en nombre de la cultura y la idea de “patria”. Contend-related ideological statements: La noción de “patria” tiene un significado profundo en la ideología mexicana; representa a la madre que cuida a sus hijos y éstos a su vez cuidan de ella. Es la benefactora, la que alimenta a todos, por lo tanto debe ser defendida cuando está en peligro. Interpretation: Este cartel fue elaborado bajo las instrucciones de la Secretaría de Educación Pública, lo que evidencia la intención de transmitir la nueva ideología bélica a las nuevas generaciones, por medio de la educación. La noción de patria es una de las representaciones sociales más arraigadas en el pensamiento de los mexicanos, por lo que la combinación de elementos de diseño y simbólicos convierte a este cartel en un mensaje poderoso, el cual tiene la intención de generar un sentimiento bélico y de defensa que antes no había sido requerido.

Libertad de cultos



Traducción: Arriba “Libertad de cultos”, abajo: “Una de las cuatro libertades por las que luchan los aliados”. Institutional setting: Cartel Elaborado por Taller de Gráfica Popular. Design, composition of the text,

of the picture, the photo or the film: Aparece de fondo una cruz blanca, representando a la iglesia católica y enfrente un puñal atravesando una bandera nazi. De fondo un horizonte con el contraste del cielo y la tierra. El puñal y la cruz se muestran unidas para vencer al símbolo alemán. Linguistic rhetoric instruments: La frase describe y explica que uno de los objetivos de los aliados es luchar por la libertad de culto, exponiendo implícitamente al nazismo como una ideología que ataca esta libertad. Al relacionar la cruz con los aliados, incluye a todos los países que practican las religiones judeo-cristianas y en especial al catolicismo. Contend-related ideological statements: El cartel muestra la oposición entre un régimen que supuestamente atenta contra las libertades de culto (nazismo) contra otro que supuestamente defiende la libertad de culto (aliados). Interpretation: México tiene una tradición religiosa católica que se arraigó profundamente después de la colonización española. Según el Vaticano, México es el segundo país con más católicos en el mundo (110 millones), solamente después de Brasil. Es por ello, que uno de los mayores temores que se propagaron en la población durante la lucha contra los nazis, fue que este régimen atentaba contra la libertad de culto. Se mostraba entonces a los aliados como el bando al que convenía unirse porque ellos garantizarían esta libertad.

El grito de guerra



Traducción: “El grito de guerra” y abajo: “Secretaría de Gobernación”. Institutional setting: Cartel Elaborado por Taller de Gráfica Popular, bajo las instrucciones de la Secretaría de Gobernación. Design, composition of

the text, of the picture, the photo or the film: Vemos a un hombre joven con apariencia de mexicano cargando en las manos una bandera; al fondo se ve un buque incendiándose con la bandera mexicana. El hombre va con una actitud combativa. Los colores son oscuros y combinándolas con el texto y los demás elementos hace que la escena sea dramática. Linguistic rhetoric instruments: La frase “Al grito de guerra” está escrita en la letra del himno nacional, el cual fue escrito en 1854, pero curiosamente fue oficializado en tiempos de la Segunda Guerra Mundial, en 1943. El himno nacional mexicano ha sido considerado como uno de los más bellos del mundo y la letra es una invitación a la defensa bélica del país ante amenazas extranjeras. Content-related ideological statements: El cartel alude a los tres símbolos patrios reconocidos oficialmente: La bandera, el escudo nacional y el himno. Apunta al patriotismo, al nacionalismo y a la defensa de la patria. Interpretation: El cartel combina varios elementos de alto impacto psicológico. Por un lado, al fondo aparece uno de los buques hundidos por el ejército alemán y en primer plano, combina los símbolos patrios con la imagen de un mexicano valiente que porta la bandera. En general, es un recordatorio de las obligaciones simbólicas que se tienen de defender al país ante amenazas extranjeras. El himno nacional es una especie de compromiso nacionalista que se enseña desde la niñez y que se honra en todos los eventos oficiales como un llamado a la guerra que se mantiene muy interiorizado en toda la población.

Recuerda el 13 de mayo



Traducción: “Recuerda el 13 de mayo de 1942” y abajo: Propaganda de la Secretaría de Educación Pública. Institutional setting: Cartel Elaborado por Taller de Gráfica Popular, bajo las instrucciones de la Secretaría de Educación Pública. Design, composition of the text, of the picture, the photo or the film: El cartel muestra al fondo la imagen de un buque hundido y en primer plano está una mujer con imagen materna inclinada llorando. La frase alude al hundimiento del buque “Potrero del Llano” que sucedió en esa fecha. Del lado derecho están los colores de la bandera mexicana. Linguistic rhetoric instruments: La frase dirigida al lector, indica el compromiso de no olvidar esa fecha como una afrenta al país. La imagen del llanto de la mujer es un recurso que alude al sufrimiento de una madre mexicana, por ese suceso. Contend-related ideological statements: Evoca a la figura de “madre” relacionándola con la ideología de “patria” que en México es muy similar. El nacionalismo entonces se dirige a las emociones familiares y a la tristeza a nivel personal que podría significar el ataque alemán. Interpretation: En México la figura de la madre es muy importante, pues simbólicamente se ha relacionado con la noción de “país”. En épocas del militarismo en el país se le llamó “madre patria” a la ideología de que México es como una madre que sufre por sus hijos y los alimenta y cuida. El hacer sufrir a una madre es un acto de bajeza. Por ello, en este caso se relaciona el ataque alemán, con el dolor que podría sufrir una madre (es decir, la patria), para que sus hijos no olviden el suceso y la defiendan. Otro dato simbólico importante, es que el 10 de mayo se celebra en México el día de las madres, por lo que el hecho de que el hundimiento haya sucedido en días tan cercanos, le da un sentido emotivo especial.

Cartel humorístico



Design, composition of the text, of the picture, the photo or the film: Aparece la imagen caricaturizada de Hitler cayendo en paracaídas rumbo a un cactus espinoso. Del lado derecho abrazados fraternalmente se encuentran el personaje del “Tío Sam” y un “Charro mexicano”. Ambos se ven alegres y victoriosos, mientras que el enemigo denota temor. Linguistic rhetoric instruments: Es un cartel de corte humorístico en el que se ridiculiza al nazismo y se expresan los supuestos lazos de amistad entre México y Estados Unidos. Contend-related ideological statements: Combina el nacionalismo estadounidense con el nacionalismo mexicano. En el caso del “Charro” es una imagen creada en la época posrevolucionaria, en la que se construyó el imaginario social del prototipo de mexicano: un hombre festivo, valiente, fuerte, representado coloquialmente con bigote, sombrero y botas. Interpretation: En este cartel se enlazan los personajes de Estados Unidos y México que representan ideológicamente a las poblaciones de ambos países. El cactus al que teme Hitler también simboliza la flora del norte del país y en general muestra que esta alianza daría resultados victoriosos que alegrarían a los dos países. Cabe mencionar que este tipo de carteles humorísticos fueron menos frecuentes que los de corte dramático.

Conclusiones

Cornelius Castoriadis, en su célebre libro “La institución imaginaria de la sociedad”, explicaba cómo el proceso de comunicación contiene de manera permanente un doble filo: la palabra puede ser alienante, pero la palabra también puede ser libertaria³³. El desarrollo histórico de la propaganda ha dejado en descubierto esas dos posibilidades que mencionaba Castoriadis, en un primer momento se identificó como un medio a través del cual se transmitieran fielmente contenidos ideológicos o políticos a grandes masas de personas³⁴ y su existencia era importante y confiable para enterarse de lo que sucedía en el espectro social. Sin embargo, la política coexiste con el poder, lo que derivó en que los grupos hegemónicos vieran a esa propagación de información como una forma de mantener el control sobre los grupos populares. En este proceso, la propaganda, de manera general perdió la credibilidad absoluta, aunque posteriormente aparecieron movimientos de propaganda contestataria que equilibraron la balanza y mantuvieron a la propaganda vigente como un mecanismo comunicativo.

Independientemente de las intenciones de control y manipulación, la propaganda es una fuente interesante de información histórica y social, de

³³ Castoriadis, 1975. P. 129.

³⁴ Screti, 2012, P. 8.

eventos, personas, experiencias, noticias, tendencias, grupos, movimientos sociales, etcétera, de un momento y lugar determinado. En el caso de los carteles que aquí se revisaron, son una síntesis artística de una gran cantidad de fenómenos sociales que convergieron durante el periodo de la Segunda Guerra Mundial en el mundo y en México.

Algunas de las conclusiones a las que podemos llegar a partir de los carteles revisados son las siguientes: en primer lugar, los datos históricos nos refieren que México decidió tomar una posición neutral al inicio de la guerra debido a que no contaba con las capacidades armamentísticas y tecnológicas para enfrentar un conflicto intercontinental. Por otro lado, eran periodos posrevolucionarios en el país, por lo que el gobierno aplicaba políticas pacificantes que permitieran un desarrollo económico y comercial. Dentro de este desarrollo que comenzó a darse, la principal relación estratégica fue con Estados Unidos, debido en primer lugar a la ubicación geográfica y en segundo lugar porque éste ya era la principal potencia económica mundial y el principal consumidor de productos mexicanos. Como se revisó, esta relación ha estado marcada por altibajos, pero después de la Primera Guerra, México decidió tomar una postura cercana a su vecino del norte.

Después de unos años de haber comenzado la Segunda Guerra Mundial, hubo presión por parte de Alemania para que México rompiera esta alianza con Estados Unidos y ante la resistencia, sucedió el hundimiento de buques petroleros mexicanos, lo cual obligó al gobierno a dejar la posición neutral que le favorecía y tomar una beligerante. Este vuelco en la manera de hacer política tuvo como principal reto cambiar la opinión pública que hasta ese momento se mantenía pacífica, y fue en ese punto en donde la propaganda, con todo el poder psicológico y social que contiene, tomó un papel protagónico.

Los carteles revisados son un ejemplo claro de esa propaganda. El gobierno mexicano liderado entonces por Manuel Ávila Camacho encontró en las florecientes artes mexicanas una oportunidad de difusión a grande escala. Los artistas, conocedores del funcionamiento del aparato ideológico y al mismo tiempo, reconocidos y aceptados por las masas, sirvieron como un enlace entre el pueblo y las decisiones que tomaban los dirigentes. Cada uno de los carteles sintetiza cuidadosamente símbolos importantes en la cultura mexicana, elementos emocionales, factores políticos, representaciones sociales, imaginarios, y todos ellos eran proyectados artísticamente con colores y gráficos de alto impacto. Esto en combinación ofrecía un mensaje simple y a la vez impactante que modificaba poco a poco la mentalidad pacifista de los mexicanos para impulsarlos a defender a la patria.

Los efectos psico-sociales de la propaganda se hicieron evidentes después de un tiempo, primero se manifestaron en la opinión pública y posteriormente en las políticas nacionales que se tomarían a partir de la Segunda Guerra. Por ejemplo, a partir de ese momento se hizo obligatorio el servicio militar a los dieciocho años de edad; se elevó cada año la inversión en capacitación e infraestructura del ejército (hoy está en el lugar 32 de los más grandes del mundo), se implantó el nacionalismo como un elemento básico en la educación pública, vanagloriando a los héroes nacionales (por ejemplo el escuadrón 201 sigue conmemorándose cada año); en el plano de las relaciones internacionales, después de la guerra, se afianzó la alianza con Estados Unidos, quienes han sido capacitadores y apoyo en las cuestiones de seguridad del país, lo cual después de unos años se ha convertido también en un problema, por las tendencias injerencistas del vecino del norte.

En general, este ejercicio fue una muestra clara del poder que tiene la propaganda en la construcción de la realidad social de un grupo, o en este caso de un país. Los mensajes que se difunden a grande escala se permean hasta la vida cotidiana y los discursos que se transmiten cara a cara, permaneciendo a través del tiempo, hasta que un nuevo mensaje o una nueva campaña propagandística le sustituya

Bibliografía/Referencias

- Blasco Ibañez V.* Mexico in Revolution. New York: E.P Dutton & company.
- Castoriadis C.* La institución imaginaria de la sociedad. Barcelona, Tusquets, 1975.
- Dooley R.A., Levinsohn S.H.* Análisis del Discurso, Manual de conceptos básicos. Instituto Lingüístico de Verano, 2007.
- Figueroa H.* La agresión que puso a México en combate. México: Excelsior, 2017.
- Foucault M.* Arqueología del saber. Argentina: Siglo XXI, 1979.
- García Ruiz M.* La Segunda Guerra Mundial. Eclosión del cómic de propaganda, Madrid: Instituto Español de Estudios Estratégicos, 2018.
- González A.* War times from another latitude. Mexico in view of the world in the Second World War. Keys to its periodization // Revista de Relaciones Internacionales de la UNAM. 2018.
- Guy S.* Intervention in Mexico. New York: Association Press, 1919.
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística, México en cifras, México: INEGI, 2018. <http://www.beta.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/>
- Jäger S.* Among cultures: frontiers in discourse analysis. Germany: University of Duisburg, 2008.

- Karam T.* Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso // *Global Media Journal*, 3, 2005.
- Larson C.A.* “Highlights of Dr. John B. Watson’s career in Advertising”, *Society for Industrial and Organizational Psychology*, (1979), 1-4 [http://www.siop.org/Museum/TIP/Larson%20\(1979\)%20John%20B%20Watson.pdf](http://www.siop.org/Museum/TIP/Larson%20(1979)%20John%20B%20Watson.pdf)
- Library of congress, *The Mexican Revolution and the United States*, (USA: Library of Congress, 2019). <https://www.loc.gov/exhibits/mexican-revolution-and-the-united-states/us-sp.html>
- Loza M.* Breve pasaje de la relación México-Estados Unidos e inestabilidad actual // *Contextualización Latinoamericanas*. 5, 2011, P. 1-26
- México desconocido, editorial, *El taller de Gráfica Popular*. México: México desconocido, 2010.
- Morales G.* *Sobre el Telegrama Zimmermann*, México: Instituto Politécnico Nacional, 2016.
- National Archives, *The Zimmermann Telegram*, (USA, 2018), <https://www.archives.gov/education/lessons/zimmermann>
- Ortiz J.L.* México en la Guerra. México: Planeta, 1989.
- Peña G.* Los “ismos” en México durante la Segunda Guerra Mundial 1939-1942. México: UNAM, 2000.
- Prignitz H.* *El Taller de Gráfica Popular en México, 1937-1977*. México, Instituto Nacional de Bellas Artes, 1992.
- Rincones R.* La frontera México-Estados Unidos: elementos básicos para su comprensión // *Araucaria, Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*. №11. 2004.
- Ruiz E.* 80 años de historia del Taller de Gráfica Popular. México: Gato-pardo, 2017.
- Sagayo S.* *El Análisis del Discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales*. Chile, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, 2014.
- Salazar D., Flores E.* *Soldados mexicanos en el frente*. México y la Segunda Guerra Mundial. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia, 1998.
- Screti F. *Publicidad y propaganda: terminología, ideología, ingenuidad*. // *Razón y palabra*, 2012, Num. 78.
- Silva O.* *El análisis del discurso según Van Dijk y los estudios de la comunicación* // *Razón y Palabra* 26, 2002.