

# La violencia estética

**Prof. Dra. Teresa GONZÁLEZ AJA**  
Facultad de Ciencias de la  
Actividad Física y el Deporte (INEF)  
Universidad Politécnica de Madrid  
[teresa.glez.aja@upm.es](mailto:teresa.glez.aja@upm.es)

---

*“La nueva época de nuestros días trabaja en  
la creación de un nuevo tipo de hombre”.*  
Adolf Hitler<sup>1</sup>

## Una imagen:

El saltador de trampolín, de cuerpo perfecto, se recorta en un cielo de nubes, de repente se congela en medio de la pirueta, suspendido en el aire como golondrina y, casi imperceptiblemente, desafiando las leyes de la gravedad, se remonta hacia el cielo, reforzando así la gracilidad del movimiento y convirtiendo el salto en una danza aérea.

Es una imagen de la película de Leni Riefenstahl “Olympia”.

## Introducción

La relación entre deporte y política ha sido siempre controvertida.

Los gobiernos han tratado de adaptar el deporte a sus propósitos particulares. Esta utilización encuentra, en ocasiones, su reflejo en el arte. Dos grandes fenómenos culturales, el deporte y el arte, unidos, se colocan al servicio de una ideología. Tal y como ha señalado Toby Clark “Los medios para hacer una afirmación ideológica son casi ilimitados: arquitectura, teatro, música, deportes, indumentaria y cortes de pelo pueden comunicar una visión política, al igual que los espectáculos de violencia (...) los diversos modos de comunicación empleados por un gobierno o un movimiento político se unen en un programa más o menos sistemático. Y a menudo el arte actúa dentro de ese sistema en estrecha relación con imágenes compatibles de películas, revistas, anuncios, música popular y, más recientemente (y con más fuerza), de televisión y redes informáticas”<sup>ii</sup>.

El deporte, en sus manifestaciones más violentas, tiene una larga historia de representación artística al servicio de la propaganda política. Los elaborados símbolos de la Roma imperial estaban diseñados pensando en las espectaculares ceremonias destinadas a enviar un mensaje político al pueblo. Las impresionantes estructuras arquitectónicas del anfiteatro y el circo, se concibieron como espacios destinados a los espectáculos deportivos, donde la violencia (especialmente en el primero, con las luchas de gladiadores) era parte consustancial, pero perfectamente organizada, estructurada, utilizada desde el poder establecido. Donde tanto el escenario, como la puesta en escena, estaba perfectamente reglada y reglamentada<sup>iii</sup>. Otro tanto podemos decir de la Edad Media, especialmente en su paso al Renacimiento, cuando los “tounoi à theme” alcanzan su apogeo<sup>iv</sup>. Cuando la imagen de la fuerza es más importante que la fuerza en sí, ya que la lucha entre caballeros deja paso a la lucha con armas de fuego, por lo

que la imagen de la fortaleza física cumple una misión propagandística, manda un mensaje político al público, constituye más una puesta en escena de una lucha que un enfrentamiento real<sup>v</sup>.

Sin embargo si hablamos del “siglo de la imagen”, no cabe duda de que estamos hablando del siglo XX. La palabra propaganda, que durante los siglos XVIII y XIX, había sido utilizada de un modo más o menos neutro referida ampliamente a “la difusión de las ideas políticas y también al evangelismo religioso y a los anuncios comerciales”<sup>vi</sup> pierde su neutralidad durante la Primera Guerra Mundial, cuando los nuevos métodos bélicos como la utilización de la ametralladora y de la artillería pesada, aniquiló a los soldados a un ritmo mucho mayor que el de reclutamiento, por lo que se hizo necesario mandar un mensaje a la opinión pública para tratar de concienciarla, lo que tomaría unas connotaciones muy especiales en la Segunda Guerra Mundial, donde el mensaje se dirigiría también a las mujeres, debido al conflicto social provocado por el reclutamiento de éstas para la industria bélica y a los hombres de color, especialmente en Estados Unidos. Efectivamente, “las tensiones surgidas en las imágenes de reclutamiento entre la aparente unidad nacional y la desigualdad real se hicieron asimismo evidentes en las cuestiones de raza. El cartel de Joe Louis<sup>vii</sup> realizado en Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial retrata al campeón mundial de boxeo de los pesos pesado, héroe nacional desde que en 1938 derrotase al campeón alemán Max Schmeling. Su alistamiento poco después de bombardeo de Peral Harbour, y su difundida participación en las tareas de reclutamiento hicieron de él una figura clave en la campaña para animar a la comunidad negra a participar en el esfuerzo bélico. Sin embargo, esta campaña del gobierno se basaba en vagas llamadas a la colaboración racial en la guerra, que contrastaban con las demandas más comprometidas de igualdad. Las fuerzas armadas americanas estuvieron estrictamente segregadas, como otras muchas áreas de la vida social, y la propaganda de reclutamiento que insistía en la cooperación interracial tuvo que enfrentarse en ocasiones a reacciones hostiles de la población blanca y los políticos”<sup>viii</sup>.

En los países democráticos se trató de evitar la palabra propaganda, utilizándose eufemismos como “servicios de información” o “educación pública”, por lo que se fue asociando cada vez más a los emergentes regímenes totalitarios, como la Unión Soviética a partir de 1917 o la Alemania nazi a partir de 1933, regímenes en los que la estética nos aparece como un elemento esencial. “La seducción visual era (...) algo indispensable para amueblar la imaginación y no dejar sitio para el razonamiento. Se trataba de hacer no sólo tolerables, sino incluso agradables la violencia física y moral revistiéndola con una máscara halagadora de los sentidos”<sup>ix</sup>.

Se envía por lo tanto un mensaje violento, pero un mensaje que se apoya en una estética, y es una estética que no duda en utilizar, en muchas ocasiones la imagen deportiva, entendiendo por deportiva, naturalmente, no sólo la actividad considerada como tal, sino que va más allá, utilizando el “cuerpo” deportivo. Es decir, se produce una identificación entre una determinada imagen corporal que se transmite con la ayuda del arte, y unos determinados valores que se pretenden inculcar.

### **El fascismo y la estetización<sup>x</sup> de la política**

Ya hemos apuntado más arriba que el uso del arte al servicio de una idea política tiene una larga historia. Los estados totalitarios no son una excepción.

Cierto que entre unos y otros totalitarismos hay muchas diferencias. No se da la misma utilización por ejemplo en la Alemania nazi y que en el Estado comunista, entre uno y otro hay muchas diferencias. “Una de las muchas diferencias entre ambas ideologías reside en que

en el fascismo se admitía la irracionalidad. Los ideólogos comunistas como Lenin, sostenían que el comunismo, a pesar de su retórica emotiva, se basaba en la objetividad científica y que, en última instancia, sus ideas apelaban a la razón. Por el contrario, los fascistas rechazaban abiertamente el racionalismo y la árida e inexpresiva visión de la modernidad burguesa, y describían su movimiento como un culto a la acción y a la pasión libre de reglas doctrinales. Así, el fascista francés Robert Brasillach hablaba del fascismo no como de una teoría, sino como de una ‘poesía’ de fe y emoción, y Mussolini declaraba: ‘No soy un hombre de Estado, soy más bien un poeta loco’. En el libro *Mein Kampf*, que Adolf Hitler escribió cuando fue encarcelado en la fortaleza de Landsberg después de fracasar en el golpe militar del 9 de noviembre de 1923, se decía que un líder no podía ganar seguidores con meras explicaciones o instrucciones; eso jamás habría movido a las masas, según él: ‘es siempre una devoción lo que las inspira, y a menudo un tipo de histeria el que las conmina a actuar’. La propaganda fascista rara vez prometía bienestar material; en lugar de ello abogaba por sustituir el materialismo de la vida capitalista por el reino del sentir espontáneo, la inmediatez física y la reintegración de los individuos en el alma colectiva de su nación”<sup>xi</sup>.

Se considera por lo tanto que el Tercer Reich formaba una comunidad realizada por la acumulación del espíritu de personalidades privadas y producto de su voluntad personificada en su líder, que se había otorgado a sí mismo el título de supremo artista, de demiurgo y de “arquitecto del Reich milenar”, tal y como aparece en el cuadro de Fritz Erler: como señor que dispone a su placer del patrimonio nacional.

Por su parte el comunismo “ve la revolución como un proceso continuo que se transforma conscientemente a medida que varía la realidad social. Como desarrollo del comunismo de Estado, los programas nacionales de reconstrucción, como la industrialización o la colectivización de la agricultura, se pensaron para tener efectos profundos sobre los hábitos de pensamiento y comportamiento de la gente, hasta el extremo que excedería con mucho la mera propaganda de imágenes y palabras (...) En arte, la principal expresión del comunismo de Estado ha sido el realismo socialista, definido e introducido formalmente por José Stalin en 1934 como la estética oficial de la Unión Soviética, e impuesto posteriormente en todos los Estados comunistas del mundo”<sup>xii</sup>.

### **El “arte del Tercer Reich”**

Debemos señalar que los llamados regímenes fascistas constituyen no un cuerpo estable de doctrinas. Todos ellos se han ido modelando según las tradiciones políticas y culturales locales, y han utilizado la estética de un modo diverso, así en el caso del régimen franquista<sup>xiii</sup>, “no existe ni una doctrina concreta, ni un pensamiento minimamente consistente, ni un arte propio del sistema”<sup>xiv</sup>. En Italia, por el contrario, nace “l’uomo nuevo fascista”, claramente diferenciado del resto<sup>xv</sup>. Mientras que en caso de la Alemania nazi, podemos hablar incluso de un “arte del Tercer Reich”<sup>xvi</sup>.

Inicialmente, la postura dominante en la política artística nacionalsocialista fue la desencadenar agresiones contra el movimiento artístico moderno. Se trató de “depurar” el arte de las obras modernas, de los “ismos”, confiscándose más de seis mil obras, de las cuales, una importante parte se expuso en la exposición llamada “Arte degenerado”, inaugurada por el propio Hitler en 1937. Se hacía necesario, por lo tanto un arte *nuevo* que ocupara el puesto vacío, y que plasmara la idea que tenía de sí mismo el estado guiado por un partido “nacional”-“socialista”-“alemán” de los trabajadores” (NSDAP). Para mostrar ese arte se celebró paralelamente otra exposición. “Las dos exposiciones –la Gran Exposición de Arte Alemán de 1937 y el Arte degenerado habían sido deliberadamente programadas como términos antitéticos de una confrontación y podían ser visitadas al mismo tiempo en Munich.

Con la inauguración de la Gran Exposición del Arte Alemán, el 18 de julio de 1937, fue solemnemente inaugurada la Casa del Arte Alemán. Los “degenerados” fueron accesibles al público a partir del día siguiente en algunos locales de la contigua galería de los *Hofgartenarkaden*<sup>xvii</sup>. Esta exposición fue la más visitada de todos los tiempos, con 2.009.899 visitantes, más del triple de su coetánea “alemana”.

El aspecto nuevo de las exposiciones “alemanas” que se celebraron en Munich a partir de esos momentos, lo constituía el hecho de que estas exposiciones fuesen objeto de una puesta en escena que les confería el valor de muestras representativas de *toda* Alemania y de *todo* el arte contemporáneo; el que en su honor se exhibiera un tal fausto a nivel verbal o de espectáculo y se les erigiera un “templo” en la Casa del Arte Alemán. Era el tipo de puesta en escena lo que daba la impresión de nuevo, de nunca visto, una impresión que no sólo debía sugerir la “renovación espiritual”, sino que de hecho la sugirió. “La pintura del fascismo alemán no refleja la realidad sino que la paraliza frente al conocimiento”<sup>xviii</sup>.

### **Apariencia e identidad: culturizados vs. masculinos**

Obviamente si nos preguntamos si es posible juzgar por las apariencias, la respuesta es no. Sin embargo todos reconocemos que es algo que “se hace”, es decir que les ocurre “a los demás” habitualmente, un defecto que tienen el común de los mortales (excluidos nosotros, naturalmente).

La realidad es que, a nivel inconsciente, cuya característica esencial es según la Real Academia de la Lengua, “la falta de conciencia”, que se revela claramente en nuestra defensa de nuestra ecuanimidad, también según la Real Academia de la Lengua, “Imparcialidad de juicio”, las apariencias nos afectan profundamente, aunque no queramos, o mejor dicho, no podamos reconocerlo. Así se ha configurado, a lo largo de la historia un modelo corporal masculino y un modelo corporal femenino, que transmite unos determinados valores. Estrella de Diego ha señalado que “las representaciones masculinas y femeninas están sujetas a convenciones y como tales van cambiando, condicionadas por factores que se resumen en los hábitos predominantes en cada momento histórico y en cada sociedad<sup>xix</sup>”, es decir se ha configurado un tipo ideal, pero lo más sorprendente, es que ese tipo ideal, según afirma Hooven, parte de unos puntos fisiológicos que son siempre los mismo y las modificaciones vienen a producirse de la misma manera: “para cada una el hombre ideal es más grande, tiene las espaldas más anchas, las caderas más estrechas y el cráneo más pequeño que en realidad. Estas similitudes generales se extienden hasta los detalles. El hombre ideal tiene los pies combados, las manos están provistas de largos dedos, incluso en las sociedades donde los hombres tienen los pies más bien planos y los dedos anchos. A menudo las modificaciones conciernen también a los rasgos del rostro, los mentones son mas vigorosos, las frentes mas despejadas, los ojos más grandes y separados, en un cabeza menos voluminosa<sup>xx</sup>”.

Es una descripción de un cuerpo “imaginario deportivo”. De hecho tradicionalmente se vincula la imagen del hombre desarrollado por la realización de deporte con la masculinidad. La energía encuentra su expresión en el cuerpo masculino desnudo del atleta y el héroe<sup>xxi</sup>. El cuerpo culturizado forma parte de una de las imágenes masculinas más estereotipadas Según E. de Diego, “es masculino además porque impone conceptos enraizados en la salud y en la limpieza, contrapuestas a lo femenino que se relaciona con la enfermedad y la suciedad”<sup>xxii</sup>.

Se da por lo tanto un modelo masculino normalmente contrapuesto al femenino con el que se intenta transmitir unos valores.

¿Cómo se refleja en el arte de los regímenes totalitarios, más concretamente en uno de ellos, en la Alemania nazi, el modelo masculino deportivo?

## Soldados/Atletas

Símbolo de la nación, esperanza del futuro, modelo de virilidad, esto, y mucho más era el hombre nazi. La exaltación de la Primera Guerra Mundial jugó un papel determinante, los veteranos se colocaron a la cabeza de los hombres del futuro. Eran hombres que habían visto a la muerte de frente, auténticos modelos de virilidad. Como escuela de masculinidad, la guerra es mucho más dura que el gimnasio, se madura más rápidamente. Y así se genera el mito de una imagen viril producto de las trincheras, y cuyo aspecto exterior es fundamental: cuerpos robustos que encuentran su eco en las imágenes de guerra plasmadas por los artistas.

Este soldado ocupa un lugar de privilegio en la escena del nacionalsocialismo, y en la escena de la representación artística. Incluso cuando aparece en relación con el trabajo, otro concepto de gran importancia en la ideología nazi, hasta el extremo de haber sido tratado en exposiciones monográficas<sup>xxiii</sup>, se mantiene su superioridad moral. De hecho algunas de las representaciones del trabajo, como el cuadro de Sperl “Labranza de tierras baldías”, donde podemos apreciar el esfuerzo muscular en estado puro, podemos sentir que se nos trasmite una sensación de desesperación. Efectivamente, cuando “se representa la creativa fuerza técnica del hombre, y su capacidad de superar con ella los restringidos límites de las condiciones existentes, no se muestra al hombre como transformador del mundo, sino a un mitológico y desnudo *Wieland*”<sup>xxiv</sup>. El trabajador es redimido, ascendido cuando se produce una identificación entre “soldado” y “trabajador”. Así se afirma: “El trabajador de la industria ha llegado a ser, en el espacio vital de nuestro pueblo, un soldado de la técnica (...) deba transformarse en “soldado”, enrolarse en la armada de la “comunidad nacional”, que ha de estar al servicio del cálculo económico central del nazismo”<sup>xxv</sup>. No obstante, cuando el trabajador aparece representado junto a un soldado, podemos ver que hay una serie de diferencias importantes en el lenguaje iconográfico, encaminadas a transmitir un mensaje al espectador. Por ejemplo en el conocido tríptico de Hans Schmitz-Wiedenbrück, expuesto en la Gran Exposición del Arte Alemán de Munich en 1941, titulado *Obreros, campesinos y soldados*, podemos ver que, aunque las figuras tienen el mismo tamaño y están situadas en un mismo plano, con las cabezas al mismo nivel, “proclamando “la mejor esencia de la raza”, como si de anunciadores de la misma raza alemano-germana se tratara”<sup>xxvi</sup>, recordándonos que “cualquiera que pertenezca a esta raza, poses, más allá de su status social, esta nobleza, que lo eleva muy por encima de otras razas de la patria y del exterior”<sup>xxvii</sup>, lo cierto es que también se nos dice que dentro de esa “élite” el soldado es el superior. Esto es así por diversas causas. En primer lugar ocupa el cuerpo central dentro del tríptico, obreros y campesinos le sirven de “marco”. Obviamente, dentro de un tríptico la escena central es siempre la dominante, pero además, es este caso es resaltada con un artificio muy frecuente en la historia del arte, la perspectiva en contrapicado: el ojo del observador se encuentra al mismo nivel que el plano inferior del cuadro. “Gracias a ello, el cuadro adquiere su característica fuerza dinámica, que diríase arranca del suelo, creando la impresión de invencibilidad, de potencia victoriosa”<sup>xxviii</sup>. La mirada de quien observa la pintura se encuentra exactamente a la altura de la punta del calzado de “los soldados”, lo cual puede ser interpretado perfectamente como una metáfora no exenta de violencia. Otro aspecto que nos interesa señalar es el de la identificación de los soldados con un determinado grupo racial, ya que son los únicos que aparecen con características “nórdicas”. De nuevo nos encontramos enfrentados a la disyuntiva entre “realidad y apariencia”. La visión artística del Tercer Reich es fielmente respetada en los cuadro de Arno Broker. Culto al cuerpo, unidad racial y fuerza militar constituían el nacionalsocialismo.

Tal y como ha señalado Cark “Las interpretaciones fascistas del cuerpo humano apoyaban la metáfora apologética que veía el cuerpo como un modelo del Estado. Como las del cuerpo, cada parte del Estado debía actuar en armonía, pero no en igualdad: lo mismo que la cabeza

tiene poder sobre los miembros, el gobierno tiene poder sobre las personas. Pero gobierno y personas están vinculados y, por lo tanto, el Estado está fundido con la nación. El cuerpo del Estado es puro, libre de enfermedades internas e inmune a las contaminaciones externas<sup>»xxxix</sup>.

El protagonismo de esta metáfora es relevante en casi todas las representaciones del cuerpo humano en el arte fascista. Las imágenes de fuerza corporal, vigor, agresión y vigilancia, como las de Albert Janesch, Deporte acuático y Adolf Wamper, el genio de la Victoria, reflejan las pretendidas cualidades del Estado fascista. El ejercicio físico tenía un papel central en la formación del hombre fascista; el fascismo aceptaba la idea tradicional de que un cuerpo en forma era indicativo de un espíritu viril<sup>xxx</sup>.

El nuevo modelo de hombre debía corresponder al ideal racista y se convierte en el sujeto característico y dominante del arte nacionalsocialista.

### **Puesta en escena y control del Estado**

La estética nazi encuentra su culminación en las impresionantes puestas en escena a cuyo servicio se colocaban todas las artes en relación de interdependencia, siendo la arquitectura el centro de los esfuerzos y de las cualidades estéticas del nazismo. Se renuevan las ciudades alemanas, pero no en lo que a infraestructura se refiere, sino que se aspiraba a conferirles una nueva dimensión estética. Se construyen edificios de carácter colectivo, que sirvan a las solemnidades y a las celebraciones en el sentido religioso alemán, como en el caso del Estadio Olímpico de Berlín. Las manifestaciones adquieren un carácter ritual, donde todo está planificado, organizado para conferir a la gente un sentimiento de identidad como grupo. Esta “teatralidad fascista dependía de las tecnologías de los medios de comunicación de masa. En Alemania, las grandes concentraciones dependían de los sistemas públicos y se retransmitían por radio o se proyectaban en los cines. Los enormes espacios arquitectónicos estaban contruidos a propósito, derivando su diseño de una combinación de los estadios deportivos y escenarios de los musicales de Hollywood<sup>»xxxi</sup>. Un ejemplo paradigmático lo constituye la celebración de la Olimpiada en Berlín en 1936, con la construcción del estadio, la puesta en escena y el documental realizado por Leni Riefenstahl, quien ya en 1934 había realizado “El triunfo de la voluntad<sup>»xxxii</sup>, considerado por los expertos como la más perfecta película de propaganda realizada jamás. Las imágenes son tan poderosas que ni siquiera necesitan una voz en off, algo bastante insólito para un filme de este tipo.

En el rodaje de la película de los Juegos dirigió 45 cámaras y grabó 800.000 metros de celuloide, suficiente para una película de 500 horas. Una vez filmados los esculturales atletas, la directora tardó 18 meses en producir *Fiesta de los pueblos* y *Fiesta de la belleza*. Conocidas ambas bajo el rótulo de Olympia, fueron estrenadas en una proyección privada para el Führer el día de su cumpleaños, en 1938.

La cuidadosa composición de las imágenes, el juego de luz y sombra y la técnica de montaje empleados por Riefenstahl marcan un punto de referencia en la historia cinematográfica. Pero también crea un himno a la belleza del cuerpo humano y a la gloria de la fuerza física.

### **Conclusiones**

Si se mantiene la concepción según la cual el arte es siempre la expresión de una época, a la que plasma inconfundiblemente, la estética nazista es modelo, arquetipo y estructura de la ideología del nazismo.

El nazismo quería hacer creer que había eliminado los presupuestos sociales del arte moderno con la eliminación del arte mismo: liquidación del arte moderno para enmascarar y cubrir la situación real. Es imposible dar una respuesta unívoca a la cuestión del objetivo primario de la lucha nazi contra el arte moderno: para los nazis se trataba sobre todo del momento de la *negación*, a través de la cual era posible integrar a las *masas*.

Se recurre a multiplicidad de unidades artísticas ya caducas, pero que siguen estando aureoladas de un prestigio mayoritariamente respetado, y que fueron creadas en su momento por y para una clase, estamento o grupo de presión, cuyo papel político-económico ha venido a menos hasta casi desaparecer, si bien, en cambio, mantiene todavía una relativa primacía cultural.

Se produce un eclecticismo que suma y no combina los mil datos que acaba manejando, a la par que, por otro lado, en seguida impone la dictadura de eso que denomina el gusto, por antonomasia siempre el suyo, es decir, el bueno.

A su vez, el pastiche y el culto a lo sano son dos de sus primeros hechos distintivos: uno revela la ausencia en él de un auténtico rasero de selección, de algo que hiciese las funciones de esqueleto intelectual; el segundo impulsa al pensamiento por la vía falsamente ética de lucubrar alrededor de pivotes como lo degenerado, lo insano y lo deforme.

Pastiche que aparece incoherente, más aún, internamente contradictorio, en tanto resultado de la simple operación cultural de yuxtaponer expolios diversos: las obras obtenidas, cada una en sí misma y con respecto a las demás, son un caos de antagonismos irreductibles, como también viene a serlo su común denominador, o sea, la ideología hecha imágenes visibles, audibles o vivibles que promociona el poder establecido.

---

<sup>i</sup> Discurso pronunciado en la inauguración de la "Primera Gran Exposición del Arte Alemán" en 1937.

<sup>ii</sup> Clark, T. (2000). Arte y propaganda en el siglo XX. Madrid, p.13.

<sup>iii</sup> Existe una gran cantidad de textos sobre la utilización del poder espectáculo en el mundo romano. Desde el clásico de Friedländer, L. (1967). "Juegos y espectáculos romanos." Citius Altius Fortius IX: 5-257, al análisis realizado por Veyne, P. (1976). Le pain et le cirque. París, o los más recientes llevados a cabo por Jean-Paul Thuillier.

<sup>iv</sup> Imprescindible la obra de Strong, R. (1988). Arte y Poder. Madrid.

<sup>v</sup> Cf. Un análisis de este tema lo llevé a cabo en González Aja, T. (1991). La fuerza de la imagen de la fuerza. Sport and Costest: ISHPES Congress, INEF. Madrid.

<sup>vi</sup> Clark, T. (2000). Arte y propaganda en el siglo XX. Madrid, p. 7.

<sup>vii</sup> Lauren Rebecca Sklaroff, "Constructing G.I. Joe Louis: Cultural Solutions to the Negro Problem during World War II," The Journal of American History December 2002 <<http://www.historycooperative.org/cgi-bin/justtop.cgi?act=justtop&url=http://www.historycooperative.org/journals/jah/89.3/sklaroff.html>> (3 Sep. 2005).

<sup>viii</sup> Clark, T. (2000). Arte y propaganda en el siglo XX. Madrid, pp. 110-111.

<sup>ix</sup> Cirici, A. (1977). La estética del franquismo. Barcelona, p.11.

<sup>x</sup> Creo oportuno señalar que la estética no es más que una parcela particular de la ideología, así como el arte su extraversion comunicativa especializada en el terreno de las imágenes.

<sup>xi</sup> Clark, T. (2000). Arte y propaganda en el siglo XX. Madrid, pp. 47-48.

<sup>xii</sup> *Ibid.*, p. 73.

<sup>xiii</sup> Cf. González Aja, T. (1999). Fascist and Christians! In the Spanish Martian Tradition of the Soldier-Monk. Superman Supreme. J.A.Mangan. London.

<sup>xiv</sup> Cirici, A. (1977). La estética del franquismo. Barcelona, p.11.

<sup>xv</sup> Un análisis sumamente lúcido sobre estas diferencias se encuentra en la obra de: Mosse, G. L. (1997). L'immagine dell'uomo. Turín.

<sup>xvi</sup> Hinz, B. (1978). Arte e Ideología del Nazismo. Valencia, p. 163.

<sup>xvii</sup> *Ibid.*, p.167.

<sup>xviii</sup> *Ibid.*, p. 210.

<sup>xix</sup> Diego, E. D. (1992). El andrógino sexuado : eternos ideales, nuevas estrategias de género. Madrid, p. 47.

- 
- <sup>xx</sup> Hooven, F. V. (1995). Beefcake. The Muscle Magazinez of America 1950-1970. Colonia, p. 15.
- <sup>xxi</sup> Un estudio sumamente interesante sobre la historia del desnudo en el arte los constituye la obra de Clark, K. (1981). El desnudo. Madrid.
- <sup>xxii</sup> Diego, E. D. (1992). El andrógino sexuado : eternos ideales, nuevas estrategias de género. Madrid, p. 125.
- <sup>xxiii</sup> Cfr. entre otras la muestra itinerante de la *NS-Kulturgemeinde: Lob der Arbeit* a la que se refiere W. Rittich, en *Kunst und Volk*, año V, n. 1, 1937, pp. 4 y ss.; y aún la muestra *Volk der Arbeit*, Gelsenkirchen, 1941.
- <sup>xxiv</sup> Hinz, B. (1978). Arte e Ideología del Nazismo. Valencia, p. 223.
- <sup>xxv</sup> *Ibid.*, p. 230.
- <sup>xxvi</sup> *Ibid.*, p. 224.
- <sup>xxvii</sup> *Ibid.*, pp. 224-225.
- <sup>xxviii</sup> *Ibid.*, 225.
- <sup>xxix</sup> Clark, T. (2000). Arte y propaganda en el siglo XX. Madrid, p. 71.
- <sup>xxx</sup> Cf. Mosse, G. L. (1997). L'immagine dell'uomo. Turín, p. 213.
- <sup>xxxi</sup> Clark, T. (2000). Arte y propaganda en el siglo XX. Madrid, p. 49.
- <sup>xxxii</sup> Sumamente interesante es el análisis que de esta película realiza Marías, J. (1998). "El triunfo de la seriedad." El País.