

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



LA PERSUASIÓN EN EL LENGUAJE CINEMATOGRAFICO
DEL FILME
“EL TRIUNFO DE LA VOLUNTAD” DE LENI RIEFENSTAHL

INFORME DE TESIS PARA OBTENER GRADO DE LICENCIADO
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR : Bach. María Claudia Espinoza Prado
Bach. Ellen Greysi López Acosta

ASESOR : Lic. José Carlos Orillo Puga

TRUJILLO – PERÚ

2016

Dedicatorias

A mi madre, Elda, por enseñarme a ser valiente
y haberme convertido en quién soy. A mi tía, Herminia,
por cuidarme y ser como una segunda madre para mí. Ellen.

A mis padres, por ser el motor de mi vida, por sus consejos y apoyo
incondicional en cada proyecto que realizo. María Claudia.

Agradecimientos

A Dios, por brindarnos las fuerzas necesarias para concluir esta etapa de nuestra vida profesional.

A quienes hicieron posible la realización de esta investigación y nos ayudaron a cumplir con nuestros objetivos.

Resumen

Esta investigación pretende analizar la persuasión en el lenguaje cinematográfico del filme “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl. Debido a la naturaleza propagandística del documental mencionado, se buscó analizar el lenguaje cinematográfico de éste a través de elementos de origen persuasivo como lo es la retórica y la teoría de la persuasión.

A partir de ello se ha descubierto el uso de diferentes figuras retóricas y tipos de argumentaciones que han sido adjuntadas al cuadro de observación, en el cual también se enumeraron los tipos de elementos del lenguaje cinematográfico más representativos, estos se analizaron de forma denotativa y connotativamente. De la misma forma se estudiaron los tres discursos desarrollados por Adolf Hitler.

Palabras clave: Persuasión, Figuras retóricas, Lenguaje cinematográfico, Argumentos, Denotativo, Connotativo.

Abstract

This research intends to analyze the persuasion in the cinematographic language of the film "The Triumph of the Will" of Leni Riefenstah. Due to the propagandistic nature of the mentioned documentary, we tried to analyze the cinematographic language of this one through elements of persuasive origin as it is the rhetoric and the theory of the persuasion.

From this it has been discovered the use of different rhetorical figures and types of argumentations that have been attached to the picture of observation, which also listed the most representative types of cinematic language elements, these were analyzed denotatively and connotatively. In the same way the three speeches developed by Adolf Hitler were studied.

When analyzing the results it was possible to conclude that the persuasion was developed in the film from a meticulous use of rhetorical figures, types of arguments and the theory of the persuasion.

Keywords: Persuasion, Rhetorical Figures, Cinematic Language, Arguments, Denotative, Connotative.

Índice

Dedicatorias	ii
Agradecimientos	iii
Resumen	iv
Abstract	v
Índice	vi
I. Introducción.....	1
1.1 Delimitación del problema	4
1.2 Enunciado del Problema.....	8
1.3 Hipótesis.....	8
1.4 Antecedentes del problema	8
1.5 Justificación del Proyecto.....	14
1.6 Objetivos	15
1.6.1. Objetivo general	15
1.6.2. Objetivos específicos.....	15
II. Marco Teórico	16
2.1. Teoría de la Persuasión y Cambio de Actitudes	16
2.2. La Propaganda	19
2.3. Comunicación Política	20
2.4. La Persuasión.....	20
2.5. El Discurso	21
2.6. Figuras retóricas:.....	22
2.7. Retórica:	24
2.7.1. Argumentos por Ethos:	24
2.7.2. Argumentos por pathos:.....	24
2.7.3. Argumentos por Logos:	25
2.8. Lenguaje Cinematográfico	25
2.9. Contexto Histórico	29
2.10. Propaganda Nazi	30

2.11. Sobre 'El Triunfo de la Voluntad'	30
2.12. Sobre Leni Riefenstahl.....	32
III. INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS	35
3.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
3.2. Procedimientos	35
3.2.1. Población.....	35
3.2.2. Muestra	35
3.2.3. Procedimientos de aplicación del o los instrumentos	35
3.2.4. Diseño de contrastación	36
3.2.5. Análisis de variables	37
IV. RESULTADOS	53
V. Análisis y discusión de resultados.....	55
Conclusiones.....	71
Recomendaciones	73
Referencias Bibliográficas.....	74
Anexos.....	77

I. Introducción

A partir del inicio del cine a finales del s. XIX de la mano de Edison y los Hermanos Lumière, la industria cinematográfica ha ido evolucionando hasta contar con un lenguaje propio.

A raíz de esto, se generó un nuevo campo de investigación sobre la utilidad y efecto que tiene en las personas.

Como resultado de diversas investigaciones, que no solo incluyen al cine, sino a los diferentes medios de comunicación masivos que existen, se ha podido relacionar al cine con recursos de comunicación como la propaganda, utilizada principalmente para transmitir ideologías a un público determinado, a raíz de ello es que nace un nuevo uso específico como es el de la propaganda política, hoy reemplazado por un término más global: comunicación política.

A partir de la Primera Guerra Mundial es cuando se descubrió la relevancia de la opinión pública, ya que era un factor determinante para la formación de la política gubernamental. Pero no fue hasta la Segunda Guerra Mundial, donde la propaganda política tuvo su mayor auge.

Posterior al fracaso alemán en entender la propaganda como un aliado esencial durante la Primera Guerra, Hitler se empeñó en crear un nuevo Ministerio en su gobierno exclusivamente dedicado a la propaganda del partido. Paul Joseph Goebbels, fue el escogido. En 1929, pasó a ser el jefe de la propaganda del partido y desde 1933 a 1945, Ministro de Propaganda del régimen nazi.

El partido nazi utilizó a la propaganda como principal instrumento para adquirir y mantener el poder, así como para la propagación de su ideología.

Para ello recurrieron a diferentes medios como el cine, que tuvo gran importancia para Adolfo Hitler, quien directamente encargó a Leni Riefenstahl, reconocida cineasta, la realización del documental: 'El triunfo de la voluntad', filme que se convirtió en uno de los ejemplos más conocidos de propaganda en la historia del cine y que no solo fue popular en el Tercer Reich, sino que ha seguido influyendo en películas, documentales y comerciales hasta la actualidad.

Esta investigación, se basa en determinar cómo se aplica la persuasión en el filme 'El Triunfo de la Voluntad' para conocer los recursos y el modo en que fueron utilizados para lograr el efecto persuasivo.

En la parte inicial, se encuentran los antecedentes, la justificación el planteamiento del problema y la formulación del problema: ¿Cómo se aplica la persuasión en el lenguaje cinematográfico del filme "El Triunfo de la Voluntad" de Leni Riefenstahl?

Asimismo, el objetivo general: Determinar cómo se aplica la persuasión en el lenguaje cinematográfico del filme "El Triunfo de la Voluntad" de Leni Riefenstahl, y específicos.

En la segunda parte, observamos el marco teórico que informa sobre las teorías relacionadas a la persuasión y al uso de los medios de comunicación masivos, marco conceptual sobre los términos de comunicación política, propaganda y lenguaje cinematográfico y un marco referencial que informa sobre el filme que se analizó en la investigación.

En la tercera parte, se describen y explican los instrumentos y procedimientos de la investigación, teniendo como muestra al filme 'El Triunfo de la Voluntad'.

En la cuarta parte, se detallan los resultados obtenidos a través de una hoja de observación para determinar cómo se aplicó la persuasión en filme ‘El Triunfo de la Voluntad’.

En la quinta parte, se analizan los resultados con la discusión de los mismos contrastando con el marco conceptual y los antecedentes.

En la sexta parte, se dan a conocer las conclusiones a los que se han llegado después de la investigación realizada.

En la séptima parte, se presentan las recomendaciones pertinentes para próximas investigaciones.

En la octava parte, se encuentran las referencias bibliográficas con la relación de autores y libros consultados de acuerdo al APA, que dan sustento teórico a este trabajo de investigación. En la parte final, se presentan como anexos el instrumento de análisis, además de pantallazos de las escenas más importantes de la película.

1.1 Delimitación del problema

A través del tiempo, la política ha necesitado de la comunicación para influir en las personas y lograr la aceptación de ciertas normas, valores y principios de un sistema.

Según Reyes, O' Quínn, Morales & Rodríguez (2011):

“los estudios de comunicación política se iniciaron en el momento en que se empezaba ya a reconocer el poder de los medios masivos de comunicación en la influencia y manipulación de los individuos”. (p.88)

La comunicación política, anteriormente llamada propaganda, experimentó un gran desarrollo durante y después de la Primera Guerra Mundial. El objetivo era generar apoyo de la población hacia el desarrollo del conflicto bélico, compra de armas y soldados voluntarios. El término de la Gran Guerra llevó consigo la aparición de diferentes ideologías políticas liderando naciones, no sólo el socialismo y el comunismo, sino el nacimiento del fascismo, ideología que generaría la Segunda Guerra Mundial.

En dicho contexto los medios de comunicación masiva, además de informar y entretener, eran utilizados para la propaganda y el adoctrinamiento político.

“Así como la propaganda, las relaciones públicas y la comunicación política necesitaban recursos persuasivos para conquistar a los consumidores y cautivar a los electores”.(Comunicación Política en campañas electorales, 2006)

La definición del término propaganda se ha ido desarrollando hasta incluir a la participación ciudadana, con la finalidad de que exista una retroalimentación a la información que se le brinda al receptor dentro del proceso persuasivo.

Actualmente la comunicación política es esa manifestación de la política alternativa a la violencia para solucionar los conflictos, en tanto puede ser también una estrategia simbólica de dominación. En ambas hipótesis la comunicación implica el recurso de la

persuasión. La persuasión consiste en el proceso de comunicación que lleva al cambio de las preferencias de una persona o de un grupo de personas. (Gerstlé, 2005, p. 83)

Por lo tanto, el objetivo de la comunicación política es el de fidelizar a las personas para lograr el éxito de una campaña electoral, mantener la popularidad de un personaje e influir en el conocimiento público.

Un ejemplo claro de la búsqueda de estos objetivos en nuestro país, se dio en el gobierno de Alberto Fujimori, en el que se emplearon estrategias para dominar y/o manipular a la población. Chomsky (2011) expone 10 estrategias de manipulación a través de los medios, de las cuales el régimen anteriormente mencionado empleó:

La estrategia de la distracción.

Crear problemas y después ofrecer soluciones.

La estrategia de gradualidad.

La estrategia de diferir,

Dirigirse al público como criaturas de poca edad.

Utilizar el aspecto emocional mucho más que la reflexión.

Mantener al público en la ignorancia y la mediocridad.

Estimular al público a ser complaciente con la mediocridad.

Reforzar la auto culpabilidad.

Conocer a los individuos mejor de los que ellos se conocen

Desde la Teoría Crítica de Theodor Adorno, se ha intentado dilucidar estas prácticas persuasivas para favorecer a ciertos gobiernos políticos, en ella se advierte que los medios de comunicación llegan a integrarse a las fuentes de poder, exhibiendo información que tendrá como fin colaborar en la subordinación de las audiencias al poder, actuando como instrumento de manipulación. Es por ello que los investigadores

de la Teoría Crítica instaban a cuestionar la información recibida por los medios y las autoridades, asimismo a que la población sea más reflexiva. En este marco, Bélanguer (1995) afirma:

La propaganda ha utilizado diversas herramientas tales como manipulación, incitación, amenaza, persuasión hasta mandato donde los mensajes, generalmente de corte populista, apelaron sobre todo a recursos básicos como las emociones e incluyeron además un repertorio propositivo relativo a la necesidad de vislumbrar una salida a la crisis económica, a la seguridad y al empleo, con acento en nuevos y prósperos vínculos con el sector productivo y social de cada país en cuestión. Se considera dentro de las estrategias, el aporte teórico-científico en la elaboración del discurso y un detallado análisis de la selección de conductas de los diversos públicos. (p.134)

A lo largo de la historia, el cine como medio de comunicación masiva, también fue utilizado para transmitir ideologías políticas. Asimismo el género documental ha sido considerado como uno de los más eficaces, principalmente en el siglo XX.

Una de las expresiones más representativas es el film “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl, que nos muestra el aniversario del partido nacionalsocialista celebrado en Núremberg- Alemania en 1934, años previos a la Segunda Guerra Mundial.

Este documental fue realizado con la autorización del Ministro de Propaganda Joseph Goebbels y del mismo Adolf Hitler. Riefenstahl empleó diferentes estrategias de persuasión a través del lenguaje cinematográfico para engrandecer la nación alemana como potencia mundial, magnificar el poder del partido Nazi, y a su líder. A pesar de ser clasificado como un film propagandístico, también es reconocido por el gran legado

que dejó para el cine documental y el cine en general, debido a efectos visuales empleados por primera vez.

"El Triunfo de la Voluntad ha influido en diferentes filmes de diversos géneros y en la publicidad hasta el día de hoy". El triunfo de la voluntad, (s.f)

Como es de observar existen elementos persuasivos que hicieron que la gente se identifique con el objeto presentado.

Carl Hovland muestra estos elementos como factores persuasivos que no son necesariamente actuales, sino que arrastran prácticas desde épocas anteriores. Por ejemplo, Aristóteles escribió sobre la retórica como un sistema de procesos para construir un discurso con la finalidad de comunicar y persuadir. Ya en aquella época, siglo IV a. C, se estudiaba los tipos de argumentaciones persuasivas, las cuales están ligadas al Ethos (credibilidad), Logos (lógica) y Pathos (emoción). Asimismo, dentro de investigaciones modernas otros autores también nos hablan de la persuasión, como Roland Barthes nos habla de la retórica y la persuasión de la imagen en la publicidad, Bernardi publica sobre la retórica del cine y Brea investiga sobre la retórica en las artes modernas.

De la misma forma podemos afirmar que la persuasión ha sido investigada a través de diferentes ámbitos y medios masivos. A pesar que el uso de dichos medios varía de acuerdo a la época, estos siguen trabajando bajo un enfoque persuasivo.

Es por ello que analizaremos el uso de recursos persuasivos como: figuras retóricas, tipos de argumentaciones, factores de la teoría de la persuasión en los elementos del lenguaje cinematográfico del filme "El Triunfo de la Voluntad" de Leni Riefenstahl. Asimismo se realizará un estudio connotativo del documental para obtener resultados más detallados.

1.2 Enunciado del Problema

¿Cómo se utilizan los recursos persuasivos en el lenguaje cinematográfico del filme “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl?

1.3 Hipótesis

Leni Riefenstahl empleó la persuasión en el lenguaje cinematográfico del filme “El Triunfo de la Voluntad”, a través de figuras retóricas, tipos de argumentaciones y la teoría de la persuasión.

1.4 Antecedentes del problema

De Hernández (2007) de la tesis de Licenciatura " Reflexión crítica de la propaganda Nazi de Joseph Goebbles vs. George Bush" Hidalgo, 2007. Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

El autor concluye:

- a. Para lograr un efecto persuasivo, la propaganda apela a actitudes, valores, estereotipos, juicio y prejuicios respecto al manejo de información en un público objetivo. Así, el grupo elegido queda sometido a las intenciones de otros.
- b. Dirigidos por Joseph Goebbles, el Partido Político Nazi empleó un método de propaganda que recurrió a la persuasión y manipulación de masas, utilizando un control mediático total de la radio, el cine y la propaganda. El Ministerio de propaganda empleaba una serie de técnicas que se debía tomar en cuenta; entre ellas, el acceso a la información referente a la opinión pública, la centralización autoritaria del poder, credibilidad, frases que levantarán el ánimo alemán, controlar la ansiedad, entre otras.

- c. La Ideología Nazi respecto a la americana mantienen similitudes entre las que resaltan la glorificación del heroísmo y el éxito de sus fuerzas encargadas de aniquilar toda clase de terrorismo. En base a la investigación, el autor afirma que en el discurso del expresidente de los Estados Unidos, George Bush, se denota una repetición del discurso Nazi, es así como los términos de "Imperio y Superpotencia" usados Bush, simbolizan la proyección de poder expansionista, situación que compartió la Alemania Nazi que abordaba un "poder limitado y expansionismo agresivo".

De Ames (2008) la Tesis de Licenciatura “La revolución sí será filmada: análisis de la transmisión de ideologías en La huelga, de Sergei M. Eisentein, y La primera carga del machete, de Manuel Octavio Gómez”. Lima, 2008. Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Universidad Pontificia Católica del Perú (PUCP).

El autor concluye:

- a. Hemos podido notar que el cine de estos estados buscaba transmitir ideas políticas acordes con la ideología del gobierno, a través de temas como la lucha de clases, la legitimidad de la revolución, la necesidad de la lucha del pueblo unido y la importancia del estado de alerta ante los enemigos de clase, que se constituyeron en características representativas de la producción cinematográfica de estas épocas. Los temas se trabajaban a través de mecanismos enunciativos innovadores que explotaban las cualidades del medio cinematográfico.
- b. Podemos concluir que el cine de ambos estados tenía una finalidad de legitimación del gobierno: se buscaba asentar la confianza del pueblo en el sistema político a través de recordar las injusticias del pasado y de la creación

de nuevos hitos históricos que admirar (los mambises o los huelguistas que sacrificaron sus vidas en las luchas pre-revolucionarias). De esta manera podemos notar una relación entre la propaganda y el Estado en la cual la primera cumple una función articulada dentro del sistema estatal, convirtiéndose en una estrategia para sustentar el régimen de manera estrechamente unida a la educación. Es importante recordar que estas dos películas formaron parte de una estrategia nacional que acercaba el cine al público masivo, a través de precios bajos en las ciudades y caravanas cinematográficas gratuitas en las zonas rurales; por ello no podemos desligar esta finalidad de proyección masiva de los mecanismos que efectuaban los realizadores al crear los filmes, pues se tenía en cuenta que serían vistos por enormes audiencias y que cumplirían una labor educativa comparable a la de las escuelas.

- c. Hemos utilizado el método de análisis de transmisión de ideologías a través del cine que propusimos al inicio de la tesis, extrayendo conclusiones sobre las características del pensamiento que se comunica en estas películas. La ejemplificación del uso del modelo es el primer paso de una serie de investigaciones sobre la relación entre cine y política que busca abarcar otras ideologías presentes en diversas películas. El lector, por su parte, puede utilizar este esquema de análisis para estar más alerta ante la presencia de diferentes ideologías en el cine que ve en su vida diaria, habiendo desarrollado la capacidad de notar cómo las imágenes pueden connotar significados sintomáticos que nos pueden decir mucho sobre el creador del filme y sobre la sociedad que lo alberga.

De Correa (2008) la Tesis de Maestría “Acuñación y definición del término: Diseño Propagandístico, a partir del estudio e interpretación de carteles y material gráfico que se realizó como respuesta en contra de la guerra de Irak y Afganistán del año dos mil tres” Buenos Aires, 2008, Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (UP).

El autor concluye:

- a. Para la Guerra de Irak del dos mil tres, el Diseño propagandístico fue utilizado por las dos partes con el único objetivo de ganar la guerra de opinión.
- b. El Diseño Propagandístico es la respuesta a las demandas satisfechas del mercado en la era industrial.
- c. Los carteles, y en si todas las campañas y piezas que se realizan a partir del diseño propagandístico, parten del principio propagandístico de Pavlov.

De León (2009) la Tesis de Doctorado “El cine norteamericano y la España franquista, 1939-1960: relaciones internacionales, comercio y propaganda” Madrid, 2009”, Departamento de Historia Contemporánea, Facultad de Geografía e Historia de la Universidad Complutense de Madrid (UCM).

El autor concluye:

- a. El comportamiento cinematográfico del régimen franquista entre 1939 y 1941 se convirtió en un claro exponente de su característico proceder salomónico. Su política pretendió satisfacer en lo posible a todas las partes implicadas en consonancia con el margen de maniobra internacional disponible. España no osó proscribir las películas norteamericanas, que pudieron exhibirse con normalidad sin mayor limitación que la impuesta por la censura oficial y extraoficial. Eso sí, el ordenamiento legal aplicado implicó la prohibición de

importar películas en operaciones que supusiesen el desembolso de divisas extranjeras.

- b. La resistencia del régimen franquista estuvo lejos de resultar ejemplar.

Ciertamente, la MPEA no fue capaz de imponer sus condiciones. Empero, el país no se benefició de ello. El cine español, cuya producción siguió dependiendo de la recaudación producida por la importación del cine norteamericano, continuó instalado en la corrupción más absoluta, la desorganización industrial, la pobreza artística y el desastre comercial. Sólo hubo cambios significativos en el sector de la distribución, donde las filiales de las compañías norteamericanas cedieron espacio ante empresas locales crecidas al amparo de la corrupción y el mercado negro de divisas, de nuevo pujante. Los especuladores fueron los grandes beneficiados por aquel conflicto.

- c. A través del cine documental “Made in USIS” colectivos de variada extracción pudieron acercarse a nuevas prácticas quirúrgicas, técnicas de construcción, hábitos higiénicos, así como a la promoción de la práctica deportiva o de alimentos aconsejados en la dieta infantil (como la leche). Establecer su influencia real desborda el objeto de esta investigación, pero sin duda debería constituir un reto para trabajos futuros. De forma análoga, la hegemonía del cine de Hollywood está a la espera de análisis profundos sobre su impacto en la sociedad española, en sus pautas de consumo, en sus prácticas sociales, en su imaginario colectivo y, cómo no, en su percepción del “amigo americano”.

De Crespo (2009) la Tesis de Licenciatura “El cine y la industria de Hollywood durante la Guerra Fría 1946-1969” Madrid, 2009”, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM).

El autor infiere:

- a. Hollywood verá reflejadas en sus películas las vicisitudes y circunstancias de la política internacional, que repercutirán en la política interior estadounidense, y por tanto, en la industria cinematográfica. Pero además, el cine norteamericano será utilizado de forma directa por la Administración norteamericana y sus distintos Departamentos como arma en la guerra psicológica y de propaganda contra la URSS.
- b. La victoria de Kennedy tuvo una serie de efectos en el seno de Hollywood, con el inicio de una nueva tendencia cinematográfica enfocada hacia la denuncia social. La visión ahora sería mucho más crítica, desde la comedia ácida de Kubrick o Billy Wilder, o la denuncia del aparato militar efectuada por Sidney Lumet o Stanley Kramer.
- c. La Guerra Fría tuvo serias repercusiones en la industria del cine, afectando a las temáticas de los filmes y a distintos aspectos del negocio cinematográfico, lo que repercutió de una u otra forma en la sociedad. Prácticamente todos los géneros cinematográficos acusaron la influencia del conflicto bipolar, algunos de manera sutil y otros de manera clara y evidente. Estos últimos apenas obtuvieron éxitos de consideración en la taquilla estadounidense, al ser producciones de bajo coste y de factura antigua, y preferir el público otro tipo de cine más espectacular.

De Ausín (2015) la tesis de doctorado Propaganda, imagen y opinión pública en Burgos durante la guerra de la independencia (1808-1814), Burgos (2015). Facultad de Humanidades y Educación Departamento de Ciencias Históricas y Geográficas de la Universidad de Burgos.

El autor concluye:

- a. Existió una guerra ideológica y de propaganda en la ciudad de Burgos, donde se desarrollaron y aplicaron toda clase de herramientas propagandísticas durante la Guerra de la Independencia.
- b. El desarrollo descontrolado de la propaganda y de la prensa supuso el surgimiento de la opinión pública española.
- c. Napoleón fue un genio de la propaganda. A través de campañas, desarrolló y difundió una imagen propia notablemente idealizada y manipulada.

1.5 Justificación del Proyecto

Como se ha indicado anteriormente, es imposible entender la comunicación política sin el uso de la persuasión. Si bien es cierto, el medio por el cual se ha intentado llegar a las personas ha variado según la época en la que se vivía, hoy en día, no podemos dejar de hablar del cine como una de las herramientas persuasivas más importantes. Sin embargo, no existe un consenso sobre cuáles son los métodos que se deben emplear para ejercer el análisis del lenguaje cinematográfico desde el uso de la persuasión. Es por ello que uno de los objetivos del presente proyecto es elaborar un instrumento que permita cumplir con este fin. Para ello se ha elegido el filme 'El Triunfo de la Voluntad' debido a su importancia en el género propagandístico y por el uso estratégico del lenguaje audiovisual empleado con la finalidad de persuadir a los alemanes de aquella época.

Por otro lado, la presente investigación sentará las bases para futuros estudios que relacionen el lenguaje cinematográfico a partir del uso de recursos persuasivos.

1.6 Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Determinar cómo se utilizan los recursos persuasivos en el lenguaje cinematográfico del filme “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl.

1.6.2. Objetivos específicos.

- Analizar los recursos persuasivos presentes en el lenguaje cinematográfico del filme “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl.
- Analizar connotativamente el lenguaje cinematográfico del filme “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl.
- Identificar las figuras retóricas utilizadas en el lenguaje cinematográfico del filme “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl.
- Identificar los tipos de argumentaciones utilizados en el lenguaje cinematográfico del filme “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl.
- Analizar los discursos expuestos por Adolf Hitler en el filme “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl.

II. Marco Teórico

2.1. Teoría de la Persuasión y Cambio de Actitudes

Esta teoría realizada por investigadores como Carl Hovland y otros psicólogos sociales (Hovland y cols., 1949, 1953; Hovland y Janis, 1959) de la Universidad de Yale, señala que el efecto persuasivo va a estar condicionado a 4 elementos:

a. Fuente.

Se toma en cuenta la experiencia, sinceridad, atractivo, semejanza con el receptor, poder del emisor.

Carl Hovland, también resalta la credibilidad y reputación del comunicador como un aspecto importante dentro la fuente, que concluirá el cambio de opinión para lograr que el proceso comunicativo se realice exitosamente.

Este factor se complementa con la Teoría de Atribución del Liderazgo (Eden y Leviatan, 1975) en la que se describe a la fuente; es decir, al líder, dotado de inteligencia, personalidad desenvuelta, habilidades verbales vehementes, audacia y determinación, así como comprensión.

Por otro lado, la Teoría del Liderazgo Carismático (Weber, 1920) menciona que el líder más apropiado para influir es cuando existe un componente ideológico, como en la política, religión, en tiempos de guerra o cuando una compañía está introduciendo un producto radicalmente nuevo o enfrentando una crisis que amenaza su existencia.

b. Contenido del mensaje.

El mensaje contiene diversos aspectos como:

Mensajes racionales o emotivos: en los racionales, se presenta evidencia que sustente la veracidad del discurso, apoyada en argumentos lógicos y razonables. En cambio, los argumentos emocionales, indican las consecuencias deseables o indeseables que pueden derivarse del mensaje y de su aceptación, utilizando argumentos para crear en la audiencia distintos sentimientos.

Mensajes unilaterales o bilaterales: Los primeros consisten en expresar sólo las ventajas y aspectos positivos de la propia posición. En los segundos se incluyen además los aspectos débiles o negativos de la posición defendida (intentando justificarlos, minimizarlos o rebatirlos), o los aspectos positivos de las posiciones alternativas (minimizándolos o refutándolos). En general, los mensajes bilaterales parecen ser más efectivos que los unilaterales (Jackson y Allen, 1987), y esta eficacia es aún mayor cuando la audiencia está familiarizada con el tema del mensaje. La eficacia del mensaje bilateral depende de que las desventajas presentadas y refutadas sean relevantes para los receptores (O'Keefe, 1990).

Conclusión explícita o implícita: Una cuestión que se han planteado los investigadores es si es más eficaz que una fuente persuasiva extraiga la conclusión de su mensaje de forma explícita y clara o si, por el contrario, sería mejor dejarla implícita, para que sea el propio receptor quien la extraiga.

Las investigaciones empíricas han mostrado que es más eficaz dejar que sean los propios receptores quienes extraigan sus conclusiones siempre y cuando éstos

estén lo suficientemente motivados y que el mensaje sea lo suficientemente comprensible.

"En el caso de audiencias poco interesadas o motivadas por el tema de la comunicación, o de mensajes muy complejos y difíciles, dejar la conclusión implícita puede ser perjudicial para la eficacia persuasiva"(Petty, Cacioppo y Goldman, 1981, p.850).

Por otro lado, la Corriente Empírico Experimental o de la Persuasión, determina la influencia del orden de las argumentaciones tanto negativas como positivas.

Refiriéndose a un “efecto primacy” si se comprueba una mayor eficacia de los argumentos iniciales. Es decir, la persuasión se ve más influenciada por las argumentaciones contenidas en la primera parte del mensaje, si los destinatarios no tienen ningún conocimiento sobre el tema.

Se habla de “efecto recency” si los argumentos usados al final de un discurso son más eficientes. El conocimiento y la familiaridad con el tema parecen conllevar este efecto.

En la Teoría de la información y de la percepción estética (Abraham Moles, 1976), incluye a la semiótica (denotación y connotación) como un elemento determinante en la elaboración del mensaje. Donde interviene dos fases del proceso de percepción: percepción del mundo sustancial (colores, textura y superficies) y percepción de las cosas significativas (objetos, personas, señales).

Gómez (2010) refiere que la significación cinematográfica siempre es más o menos motivada, nunca arbitraria. Esta motivación opera en dos niveles: en el nivel de la relación entre los significantes y los significados de denotación y en el nivel de la relación entre los significantes y los significados de connotación.

2.2. La Propaganda

Según la RAE, la propaganda se define como la acción o efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos o compradores.

La Asociación Americana de Marketing (A.M.A.) define a la propaganda como: “las ideas, información u otro material difundido comúnmente a través de los medios (periódicos, páginas amarillas, radio, televisión, etc.) en un esfuerzo por ganar a personas para una doctrina o punto de vista.

Según Méndiz A. (2007), con el término propaganda, se indican discursos persuasivos y retóricos ligados al dominio de la política. En el significado amplio se refiere a “textos en interacción de al menos un emisor y un receptor, en diferentes contextos, codificados en diferentes códigos semióticos y transmitidos por diferentes canales.

“Propaganda es la expresión de una opinión o una acción por individuos o grupos, deliberadamente orientada a influir opiniones o acciones de otros individuos o grupos para unos fines predeterminados y por medio de manipulaciones psicológicas”. (Violet Edwards, 1938).

La propaganda es un tipo de comunicación que actualmente se asocia a los sistemas totalitarios del siglo XX: Stalin, Hitler, Mussolini, etc; comprendida como comunicación persuasiva ideológica, cuyo término hoy en día ha sido reemplazado por uno más amplio como es de la comunicación política. (Méndiz, 2007).

2.3. Comunicación Política

El concepto de la comunicación política ha venido evolucionando, desde que era percibido como propaganda, hasta la actualidad, en donde se ha complementado el término con aspectos como la participación ciudadana a modo de retroalimentación dentro del proceso persuasivo.

Según Gerstlé (2005)

Los objetivos de la comunicación política intentan conseguir el éxito de una campaña electoral, además de la fidelización de las personas que depositan su confianza en el líder y en los ideales del partido que intentan lograr el bien común de la sociedad. (p.87).

La comunicación política es esa manifestación de la política alternativa a la violencia para solucionar los conflictos, en tanto puede ser también una estrategia simbólica de dominación. En ambas hipótesis la comunicación implica el recurso de la persuasión

La persuasión consiste en el proceso de comunicación que lleva al cambio de las preferencias de una persona o de un grupo de personas. (Gerstlé, 2005, p. 83).

2.4. La Persuasión

La persuasión es un propósito consciente de formar, reforzar o cambiar actitudes, creencias, opiniones, percepciones o conductas de las personas efectuado por otro individuo o grupo; consiste en influir sobre los demás para hacerlos pensar de un modo determinado, rechazar algo o adoptarlo, o inducirles a realizar una acción determinada. (Íñigo- Mora. I 2005).

Podríamos equiparar propaganda y persuasión, pero el fenómeno de la propaganda es mucho más complejo. Es un proceso de persuasión porque implica la creación, reforzamiento o modificación de la respuesta; pero también es un proceso de información, sobre todo, en lo que se refiere al control del flujo de la misma. (Pizarroso A. 1999).

En realidad el discurso político – exactamente como el publicitario– siempre es persuasivo y argumentativo: está finalizado a convencer, presentando argumentos. Dichos argumentos pueden ser racionales (basados en el logos) o emotivos (basados en el pathos). Pratkanis, A. y E. Aronson (1994).

2.5. El Discurso

Un discurso es un conjunto de palabras que se utilizan con el fin de lograr transmitir, de forma generalmente pública, oral y cronometrada, un mensaje, donde se manifiesta aquel asunto sobre el cual el emisor piensa y tiene como objeto informar, entretener o convencer. (Corgo M. 2012).

El discurso tiene componentes que lo rodean y que hacen comprensible su contenido, su cometido y su efecto:

- a.** Contexto: físico, psicológico, político, cultural.
- b.** Asunto o tema: explícito e implícito.
- c.** Los agentes y los pacientes implicados: quien lo genera, para quién, sobre quién, qué relaciones de poder alimentan.

- d. Productos: qué materiales se están generando desde ese discurso, con qué funciones, mediante qué canales.

Contenido del discurso:

- a. Ideología: valores, actitudes, visión del mundo.
- b. Recursos lingüísticos: expresiones, metáforas
- c. Argumentaciones: lógica, heurísticas, recursos.
- d. Técnicas de persuasión empleadas.
- e. Propuestas de acción: implícitas y explícitas.
- f. Estrategias de apoyo y legitimación: datos, expertos, tradición.

2.6. Figuras retóricas:

Las figuras retóricas son formas esenciales con las que se enriquecen los lenguajes visuales para el convencimiento del receptor (López, 2006).

A partir de la retórica tradicional de Aristóteles, se desarrollaron nuevas investigaciones retóricas y lingüística, en las que autores como Roland Barthes, Jean Cohen, Tzvetan Todorov, entre otros autores, las clasificaron para simplificar su entendimiento como, figuras de significación. Estas son:

Alegoría: Dispositivo simbólico cuyo significado como concepto, en mayor medida, a menudo abstracto, se combina con la ayuda de un objeto o una idea más corpórea siendo utilizada como ejemplo. Por lo general, un dispositivo de la retórica, una alegoría sugiere un significado a través de ejemplos metafóricos.

Anáfora: consiste en la repetición intencionada de palabras al comienzo de frases o versos generalmente consecutivos.

Analogía: consiste en un grupo de figuras que establecen una relación entre varios conceptos basándose en las semejanzas entre ellos.

Eufemismo: consiste en sustituir una palabra o expresión desagradable por otra de connotaciones menos negativas.

Exclamación: es una figura retórica que busca transmitir una emoción intensa.

Hipérbole: es una figura retórica que consiste en exagerar la realidad. Su finalidad es captar la atención, enfatizar una idea que se quiere transmitir y conseguir una mayor fuerza expresiva.

Metáfora: consiste en identificar un término real con otro imaginario existiendo entre ambos una relación de semejanza.

Metonimia doble: consiste en la resaltación de cierto elemento tanto visualmente como textualmente.

Oxímoron: es una figura retórica que consiste en usar dos términos yuxtapuestos que se contradicen o son incoherentes, creando nuevos significados metafóricos.

Sentencia: consiste en expresar un pensamiento profundo de forma concisa y en pocas palabras.

Símil: consiste en comparar un término real con otro imaginario que se le asemeje en alguna cualidad. Su estructura contiene los adverbios "como", "tal como", "cual" o similares.

Sinécdoque: es una figura retórica que consiste en designar la parte por el todo o viceversa.

2.7. Retórica:

Existen tres tipos de argumentos persuasivos o modos de apelación en un discurso según la Retórica escrita por Aristóteles hace 2.300 años: los relativos al ethos, al pathos y al logos.

2.7.1. Argumentos por Ethos:

Se basan en la capacidad persuasiva del emisor en relación con su talento personal. Sus atributos como orador y sus rasgos de carácter. Se enfoca en las cualidades que debe ser capaz de proyectar en el público para crear una confianza, una fe en lo que dice.

2.7.2. Argumentos por pathos:

Los argumentos por pathos se basan en conmover, activación o manipulación de los sentimientos del receptor. Para ello será de gran importancia la selección de signos o símbolos que conlleven a la interpretación emotiva del mensaje para persuadir al receptor. Mediante estos argumentos, el receptor es arrastrado a un sentimiento por el discurso. De esta manera, la persuasión es más factible. “No concedemos de manera nuestras opiniones estando tristes que estando alegres, o amando y odiando” (Aristóteles).

2.7.3. Argumentos por Logos:

Los argumentos por logos se centran en el mismo discurso, por lo que en realidad significa o parece significar.

El logos, hablando en términos fílmicos, se refiere a la verosimilitud de los argumentos lógicos esgrimidos en la película. Si el texto transmite una verdad o algo parecido o cercano a ella, la posibilidad de aceptación por parte del espectador, por lo tanto, la incidencia persuasiva sobre él, resulta mayor.

2.8. Lenguaje Cinematográfico

De acuerdo con Joaquín Romaguera (1999, p. 19) el lenguaje cinematográfico es de carácter icónico, procedente de la fotografía y complementada con la incorporación del sonido.

Plano. Es la unidad cinematográfica constituida por una serie de fotogramas consecutivos con unidad temporal:

- ***Plano detalle o primerísimo primer plano.*** Es el que acerca una parte del rostro humano o de un objeto con el fin de dar una intención dramática y llamar la atención hacia el fragmento visualizado.
- ***Primer plano.*** es el que muestra el objeto o la cabeza humana en su totalidad, destacando la expresión del intérprete y o los contornos de la figura.
- ***Plano medio.*** Permite la presencia en la pantalla de más de una figura.
 - Plano medio largo.* Muestra la figura humana a la altura de su cintura.
 - Plano medio corto.* Muestra la figura humana a la altura del pecho.
- ***Plano tres cuartos.*** Muestra los sujetos cortados a la altura de sus rodillas.

- **Plano general.** Muestra la figura humana completa en su totalidad y situada en un espacio abierto.
- **Gran Plano General.** Enseña el espacio total en el que se desarrolla la acción, de situación geográfica.
- **Plano secuencia.** Se rueda con continuidad espacio-temporal, sin interrupciones.

Angulación. Punto de vista de la cámara con relación al referente.

- **Ángulo normal.** La cámara está a la altura de los ojos de los personajes. Acentúa el dramatismo.
- **Ángulo inclinado.** La cámara varía su eje a derecha o a izquierda de la vertical.
- **Ángulo picado:** la cámara se sitúa por encima del referente, haciéndolo ver como minimizado o abatido.
- **Ángulo contrapicado:** La cámara se ubica a un nivel más bajo que el personaje. Utilizado normalmente para exaltar la magnitud o superioridad de lo que se ve.
- **Ángulo invertido:** cámara invertida que muestra los objetos al revés.
- **Inclinación lateral:** se ubica la cámara con una inclinación hacia un costado, mostrando imágenes inclinadas. Agrega a la escena un valor expresivo de inseguridad.
- **Subjetiva:** el visor de la cámara se identifica con el punto de vista de uno de los personajes.

Movimientos de cámara. Brindan dinamismo al rodaje de las escenas. Sigue todos los movimientos y las acciones de los personajes.

- **Travelling.** Cuando la cámara se desplaza sobre su base de apoyo.
 - *Frontal.* De cara al referente, acercándose o alejándose.

-*Lateral*. Paralelamente a la situación que se describe.

-*Circular*. Alrededor de la escena a la que se muestra.

-*Panorámica horizontal*. Movimiento de cámara de derecha a izquierda o viceversa.

-*Panorámica vertical*. Movimiento de cámara de arriba abajo o viceversa.

Según la propuesta de Marcel Martín, existen movimientos descriptivos y dramáticos.

Descriptivos. La cámara describe un espacio o una situación con un sentido dramático o cuando acompaña a un personaje en movimiento.

Dramáticos. Cuando la cámara, mediante su planificación y composición, expresa el estado anímico de un personaje o su punto de vista o define una relación entre dos objetos o personajes de la acción que se desarrolla.

Iluminación. Determinante para que la imagen exista, el tipo de luces van a depender de lo que se quiera expresar o mostrar: luces naturalistas, expresionistas, contrastadas, ambientales, decorativas, atenuadoras, entre otras.

- Iluminación dura: Esta se caracteriza por sus sombras sumamente oscuras y con bordes marcados. Podremos observar que las fotos que tienen este tipo de iluminación tienen mayor contraste, y el efecto se ve más dramático.
- Iluminación suave: esta iluminación se caracteriza por verse más natural. Esto se debe a que la transición de las sombras es muy sutil y da la impresión de que no hay luces artificiales.
- Contraluz: Efecto que se obtiene de colocar las figuras de un cuadro o dibujo en tonalidades oscuras recortadas sobre una fuente de luz pictórica. El efecto puede ser obtenido obviamente también mediante contrastes de colores.

- Alcaide considera al sonido como uno de los elementos del lenguaje cinematográfico:

El Sonido. Los sistemas de playback o sonido pregrabado y los sistemas de doblaje, permitieron añadir voces y otros efectos a imágenes previamente grabadas, mezclando ambos elementos en el laboratorio.

Clases de Sonidos.

- *Objetivos.* Se corresponden con la realidad (golpe de una puerta, ruido de un motor, etc.).
- *Subjetivos.* En lugar de estar referidos a la realidad están en relación con los personajes (por ejemplo, el silencio que acompaña a la rotura de un objeto si el personaje es sordo).
- *Expresivos.* Son los añadidos a la acción para conseguir una determinada sensación (la música en una escena de suspense).

Modos de usar el sonido:

- *Sonido sincrónico.* Es el uso realista del sonido, se corresponde exactamente con la imagen.
- *Sonido asincrónico.* Tiene un valor expresivo, ya que no guarda relación con la imagen que se ve.
- *Voz en off.* Una voz exterior narra o describe la escena, pero también puede corresponder al “interior” de un personaje, que expresa así sus emociones o sentimientos.
- *Ruido.* Puede sustituir con valor expresivo, real o subjetivo, a la propia música.
- *Silencio.* Su aparición acentúa el dramatismo o predispone al espectador ante una escena de especial trascendencia en el film. Música.

2.9. Contexto Histórico

Alemania se encontraba en completa inestabilidad política y económica al inicio de la década de los 30's, los tributos que debían seguir pagando a consecuencia del Tratado de Versalles, y el recuerdo de la pérdida de la Gran Guerra; generó resentimiento en la población.

Es en ese momento cuando la opción ultraderechista y nacionalista del partido de Adolf Hitler empieza a ganar adeptos y en 1933 Hitler se convierte en canciller de Alemania. Éste ya era conocido como un héroe por la población joven y por el libro que, en la posteridad sería uno de los emblemas más importantes entre los nazis. Su libro "Mi Lucha".

Bien sé que la viva voz gana más fácilmente las voluntades que la palabra escrita y que, asimismo, el progreso de todo Movimiento trascendental en el mundo se ha debido, generalmente, más a grandes oradores que a grandes escritores. Sin embargo, es indispensable que una doctrina quede expuesta en su parte esencial para poderla sostener y poderla propagar de manera uniforme y sistemática (Hitler, 1924, p.7.)

En el que trata datos biográficos, la ideología del partido Nazi como la supremacía aria, el antisemitismo, resurgimiento de la nación alemana como potencia mundial y la unión de la Gran Alemania.

El gobierno de Hitler inicia recomponiendo la economía, exterminando la oposición, y acumulando seguidores debido a los emocionantes y cautivadores discursos del Führer. En 1934 Adolf Hitler se autoproclamaría Líder y canciller Imperial de Alemania, empleando como una de sus armas más importantes para gobernar, la propaganda.

Según Gómez, Alemania, la nazificada, aprovechó la propaganda tanto para las elecciones de Adolf Hitler a la Cancillería germana como para justificar sus actos bélicos o el ensalzamiento de las diferentes organizaciones y ramas que surgieron con el ascenso del Partido nazi al poder (2016, p.30)

2.10. Propaganda Nazi

La propaganda sirvió como medio importante para obtener el apoyo de la mayoría del público alemán que no había respaldado a Adolf Hitler y avanzar con el programa radical nazi, que requería el consentimiento de la población.

El jefe del Ministerio para la Ilustración Pública y Propaganda era Joseph Goebbels, alto mando y persona de confianza del Führer, quien empleó el cine, la radio y la televisión como herramientas propagandísticas para glorificar al líder, difundir material antisemita y justificar acciones bélicas.

Como parte de la propaganda Nazi se ordenó por orden explícita del Führer la realización de diferentes películas y una de las más influyentes incluso hasta nuestros tiempos es “El Triunfo de la Voluntad”

2.11. Sobre 'El Triunfo de la Voluntad'

El filme 'El Triunfo de la Voluntad' fue creado por la productora Riefenstahl's film en 1934. Tiene una duración total de 112 min y se estrenó en los cines alemanes el 28 de marzo de 1935. Dirigido por Leni Riefenstahl y encargado en 1934 por el propio Hitler.

El triunfo de la voluntad es una película catalogada como propagandista haciendo apología al partido nazi. Muestra el desarrollo del congreso del Partido Nacionalsocialista en 1934 en Núremberg e incluye imágenes de miembros del partido desfilando al son de diferentes marchas, además contiene partes de discursos de varios líderes nazis en el Congreso y del mismo Adolf Hitler.

Adolf Hitler quería un documental que enseñara desde un enfoque experto el congreso del Partido Nacionalsocialista de forma que este movilizara e impresionara a los espectadores.

La película pasó seis meses en edición. Leni Riefenstahl realizó el documental por mandato del mismo Adolf Hitler. Al inicio de la grabación, la directora tuvo una serie de inconvenientes debido al desaire de ciertos militantes del partido cercanos a Hitler. Para ello Riefenstahl, acudió al Führer, quien evitó que estos impases volvieran a suceder.

Morán (2016, p.46) afirma que los preparativos se extendieron durante meses y Riefenstahl formó parte activa de ellos supervisando las construcciones arquitectónicas que requerían los movimientos de cámara que había ideado (a través de rieles, ascensores, puentes...) y planificando las escenas que implicarían a más de 30 operadores, todos ellos uniformados para pasar desapercibidos entre la multitud. El mitin de Nuremberg se celebró a lo largo de siete jornadas (aunque en la película estas marcas cronológicas quedan difuminadas) y se extrajeron más de sesenta horas de material a las que la propia Riefenstahl, montadora de casi todos sus trabajos, puso orden durante meses para lograr ese mensaje de unidad y glorificación que le habían asignado.

Después de la segunda guerra mundial, el documental quedó prohibido en toda Alemania. Para Adolf Hitler, la película "Es la incomparable glorificación del poder de la belleza del partido". (IMDB, s.f.).

2.12. Sobre Leni Riefenstahl

Helene Berthie Amalie Riefenstahl nació un 22 de agosto de 1902 en la ciudad de Berlín, Alemania. Desde joven tuvo que enfrentarse a su padre debido a su “mala conducta” e impetuosidad por realizar sus pasiones como el baile, la actuación y el cine.

Después de ver un cartel promocional de la película de 1924 *Der Berg des Schicksals* (La montaña del destino), se sintió inspirada para trabajar como actriz. Entre 1925 y 1929, actuó en cinco películas exitosas. (FilmFellas, 2016)

A pesar de su desempeño como actriz, Leni descubrió su verdadera pasión, la creación de películas. Es así como Delgado (2016, p.29) relata:

De este modo sale adelante su primer proyecto como directora *Das blaue Licht*, 1932 (La luz azul). Cuenta Riefenstahl en sus memorias que fue recorriendo toda Alemania para el estreno de su película cuando oyó por primera vez el nombre de Adolf Hitler, comenta que no esperaba nada de él ya que no podía formarse un juicio al resultarle desconocidos conceptos tan básicos como “derecha” o “izquierda”, aun así comienza a interesarse por él ya que muchos se referían al mismo como el salvador de Alemania. Decide, entonces, acudir al discurso que pronunciaría en el Palacio de los Deportes de Berlín, corría el año 1932.

Cuando Hitler reconoció el trabajo de Riefenstahl decidió convencerla para que realice filmes para él, para lo cual ella se negó en un principio pero terminó aceptando.

En la década de 1930, dirigió *El triunfo de la voluntad* y *Olympia*, dos de los documentales más elogiados de la época, en *El Triunfo de la Voluntad*, Leni hace gala de su talento para el montaje y empleo de recursos visuales innovadores hasta ese momento. El filme ganó Premio Nacional de Cine Alemán en 1935, Medalla de Oro y León de Oro en el Festival de Venecia en 1935, Gran Premio de las Artes y las Técnicas en la Exposición Universal de París en 1937.

Igualmente impresionante fue la dirección de Riefenstahl en la película *Olimpia*, que capturó con efectividad inolvidable las imágenes de los Juegos Olímpicos del verano de 1936 en Berlín. Fue para *Olimpia* que Riefenstahl desarrolló varias técnicas cinematográficas, como usar cámaras montadas sobre vías (conocido hoy como plano de seguimiento). La mezcla vigorosa de estética, deporte, y propaganda de *Olimpia* ganó otra vez para Riefenstahl elogio y premios, incluyendo el premio a la Mejor Película Extranjera en el festival de cine de Venecia y un premio especial de la Comité Olímpico Internacional por su representación de la alegría del deporte. (Enciclopedia del Holocausto, s.f.)

Fue arrestada al finalizar la guerra, pero quedó clasificada como «compañera de ruta» y no fue asociada con los crímenes de guerra. A lo largo de su vida, negó haber sabido del Holocausto y ganó cerca de cincuenta juicios de difamación. Además de dirigir, escribió una autobiografía y varios libros sobre el pueblo Nuba. Murió de cáncer el 8 de septiembre de 2003, a la edad de 101 años, y fue enterrada en el

München Waldfriedhof. Fue elogiada póstumamente por el conjunto de sus obras y sigue siendo una de las directoras de cine más aclamadas. (Leni Riefenstahl, s.f)

III. INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS

3.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Debido a la naturaleza de la presente investigación, emplearemos como instrumento la hoja de observación.

3.2. Procedimientos

3.2.1. Población

La película “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl, filmada en 1934, Núremberg, Alemania. Y estrenada en 1935.

3.2.2. Muestra

La película “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl, filmada en 1934, Núremberg, Alemania. Y estrenada en 1935.

3.2.3. Procedimientos de aplicación del o los instrumentos

Debido a la naturaleza de la presente investigación, emplearemos como instrumento la hoja de observación, la cual ha sido diseñada durante esta investigación. Consiste en listar los elementos del lenguaje cinematográfico y por otro lado, enumerar las figuras retóricas y los tipos de argumentación en el objeto de estudio.

3.2.4. Diseño de contrastación

La presente investigación tiene el diseño descriptivo simple:

M O

Donde M = Muestra

Donde O = Observación de la muestra

3.2.5. Análisis de variables

HOJA DE OBSERVACIÓN

ELEMENTO	TIPO	DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN	FIGURAS RETÓRICAS	TIPOS DE ARGUMENTACIÓN
INTERTEXTO		Se muestra la estatua de un águila representativa de la simbología nazi con el título de la película grabado en su parte inferior.	Seguridad, liderazgo, majestuosidad.	Metáfora: la figura del águila representa a Hitler, ya que éste es el máximo dirigente del pueblo alemán.	Pathos: recurre a mostrar una figura que representa liderazgo en la naturaleza para generar asombro, emoción y confianza en el líder.
		Se muestra lo siguiente: el documento del congreso nacional del partido de 1934, elaborado por encargo del Führer. Creado para la pantalla por Leni Riefenstahl. El día 5 de setiembre de 1934, 20 años después del estallido de la Guerra Mundial, 16 años después del comienzo del sufrimiento alemán, 19 meses después del renacimiento de Alemania. Adolf Hitler acudió de nuevo a Nuremberg en avión para pasar revista a sus fieles seguidores.	Caída y resurrección de Alemania. Temple del pueblo alemán. Renacer de las cenizas.	Hipérbole: en el intertexto se muestra una exageración de los hechos que afectaron a Alemania.	Pathos: apela a conmover al pueblo alemán, narrando encarecidamente sucesos ocurridos en la historia de Alemania y
I. PLANOS					
Plano Detalle		Secuencia 02: muestra los brazos de los ciudadanos realizando el saludo característico del partido Nazi a Adolf Hitler.	Secuencia 02: respeto, admiración y aceptación.	Exclamación: expresa a través del saludo, agradecimiento y emoción por la llegada de Hitler.	Ethos: se afirma la credibilidad, aceptación y confianza de los ciudadanos hacia Hitler.
		Secuencia 11: mano de Hitler iluminada	Secuencia 11: identidad, exclusividad.	Sinécdoque: la mano estirada representa el saludo	Ethos: el saludo es relacionado particularmente hacia Hitler.

		realizando el saludo nazi.		exclusivo de Hitler y hacia él.	
		Secuencia 12: se muestra al símbolo nazi.	Secuencia 12: ideología, partido nazi, bienestar.	Sinécdoque: el símbolo como representante del partido nazi.	Pathos: el símbolo se muestra como un todo ante la pantalla al casi finalizar el filme, representando al partido que logrará hacer resurgir a Alemania.
Primer plano		Secuencia 02: se muestra el rostro de una niña sonriente y muy cerca de ella, el brazo de un militante nazi que lleva el símbolo del partido.	Secuencia 02: cercanía de los niños con el partido, fundamentales para el resurgimiento de la raza aria.		
		Secuencia 05: rostro emocionado de un joven integrante del frente obrero.	Secuencia 05: fuerza, vigor, juventud, orgullo alegría, belleza.	Exclamación: expresa a través del rostro del joven obrero fuerza y poderío físico que poseía la sociedad alemana.	Pathos: refiere sentimiento de orgullo y admiración.
		Secuencia 02: cabeza de militante nazi que lleva un casco con el símbolo del partido.	Secuencia 02: orden, respeto, disciplina.		
		Secuencia 11: Rostro de Hitler mientras saluda a los batallones.	Secuencia 11: inexpressión, superioridad.		
Plano busto		Secuencia 02: se aprecia la parte posterior de Hitler, saludando con la mano derecha levantada respondiendo al pueblo alemán.	Diferenciación del resto, liderazgo, divinidad.	Metáfora: muestra a Hitler como un mesías, salvador de Alemania, un personaje divino.	Ethos: diferencia a Hitler que es presentado como el líder de la nación, que llevará a Alemania a la gloria.
		Secuencia 12: Se muestra a Hitler dando su discurso efusivamente.	Fuerza, patriotismo, vigor.	Exclamación: Hitler se muestra exaltado e intenso hablando de como el apoyo de la juventud los hará triunfar.	Pathos: pretender generar voluntad y coraje con la que los alemanes deberían luchar.
		Secuencia 12: se muestra a Rudolf Hess hablando de Hitler	Admiración, orgullo, idolatría.	Exclamación: cuando habla de Hitler su rostro connota confianza plena en él, un sentimiento de orgullo y seguridad de que Hitler los ayudará a ser una gran	Pathos: su expresión de orgullo contagia y apela a hacer sentir lo mismo en la audiencia, por sentirse tan seguro de su líder.

				nación.	
Plano Conjunto		Secuencia 02: Se muestra a una señora emocionada con una niña en brazos que se acerca a entregarle un ramo de flores a Hitler. Ambas emplean el saludo característico.	Secuencia 02: admiración, cercanía, aceptación, simpatía, agradecimiento, estima.	Sinécdote: el gesto de la señora al entregar las flores, con su hija en brazos representa la admiración y agradecimiento a Hitler.	Pathos: con aquel gesto, el personaje de la niña demuestra ternura transmitiendo un mensaje emotivo.
		Secuencia 04: se muestra a jóvenes alegres charlando animosamente en el campamento.	Secuencia 04: alegría, diversión, camaradería, comodidad.	Sinécdote: los jóvenes que se muestran representan al pueblo alemán viviendo en armonía.	Pathos: recurre presentar una prueba del bienestar que puede lograr Alemania con el partido Nazi.
		Secuencia 04: se ven a los jóvenes cocinando en el campamento.	Secuencia 04: trabajo en equipo, camaradería.	Sinécdote: los jóvenes que se muestran representan al pueblo alemán viviendo en armonía.	Pathos: recurre presentar una prueba del bienestar y armonía que puede lograr Alemania con el partido Nazi.
		Secuencia 06: Se muestran símbolos del frente obrero fusionados con los del partido nazi.	Secuencia 06: unión, apoyo, aceptación, una sola ideología entre todos.	Sinécdote: el nuevo símbolo unificado representa una Alemania que acoge la ideología nazi.	Logos: muestra un símbolo que reafirma la unión el frente obrero al partido nazi.
		Secuencia 06: obreros ordenados con palas en mano.	Secuencia 06: determinación, valentía, lealtad, obediencia.	Símil: obreros entrenados como un ejército.	Logos: muestra un grupo disciplinado dispuesto a combatir por su país.
Plano General		Secuencia 01: inicialmente se aprecia desde el punto de vista del piloto, el cielo nublado. Más adelante se muestran sólo nubes.	Secuencia 01: paz, tranquilidad, divinidad.	Alegoría: las nubes representan divinidad.	Ethos: confiable y verosímil porque viene desde el cielo.
		Secuencia 05: los ciudadanos desfilan disfrazados de agricultores y con el traje tradicional alemán.	Secuencia 05: celebración, unión, compromiso.		Pathos: rememoran a sus antepasados, recordando la historia de su país.

		Secuencia 05: se muestra líderes y autoridades reunidos en el congreso del partido.	Secuencia: grandeza, compromiso, aceptación, apoyo.		
		Secuencia 06: se muestra una gran cantidad de obreros perfectamente ordenados.	Secuencia 06: disciplina, obediencia, lealtad.	Símil: hace semejanza a tropas de guerra.	Logos: con tan numerosa concurrencia, queda demostrado el apoyo del pueblo al Hitler.
		Secuencia 08. Se muestra a Hitler en un nivel muy superior en comparación al público y a los altos mandos que lo rodean en gran multitud.	Secuencia 08: Devoción, fervor, entusiasmo.	Metáfora: Hitler es prácticamente una divinidad ante los ojos de los jóvenes.	Pathos: Apela a producir fervor al mostrar a Hitler como una deidad.
		Secuencia 08: se aprecia a los jóvenes agrupados de manera ordenada	Secuencia 08: Disciplina, grandeza, sentido de pertenencia.	Símil: Alineado como un escuadrón de batalla. Hipérbole: los jóvenes son presentados exageradamente pulcros, ordenados al igual que militares.	Logos: se presenta un grupo numeroso de jóvenes que apoyan la ideología nazi.
		Secuencia 10: gran multitud de soldados ordenados durante el recorrido de Hitler y dos altos mandos del partido.	Secuencia 10: grandeza, disciplina.	Hipérbole: se muestran a los militantes ordenados exageradamente como en un campo de batalla.	Logos: la gran cantidad de militantes durante la ceremonia demuestra el total respeto y apoyo alemán hacia Hitler.
		Secuencia 12: muestra a Hitler liderando el grupo de altos mandos del partido que caminan entre las dos columnas que conforman los demás militantes realizando el saludo nazi hacia ellos. En el fondo se ve el estrado principal con el símbolo nazi de fondo.	Secuencia 12: idolatría, adoración, aprobación, poder, superioridad.		
		Secuencia 12. Se presenta Hitler mientras avanza acompañado de altos mandos del partido. Y es vitoreado por el público presente y militantes.	Secuencia 12. fascinación, admiración, entusiasmo	Exclamación: El público presente aclama a su líder al ingresar al recinto.	Pathos. Recurre a la emoción y entusiasmo que genera la antesala del discurso de Hitler.

		Secuencia 12: se muestra a Hitler frente a la gran cantidad de público asistente, mientras brinda su discurso.	Secuencia 12. Majestuosidad, supremacía, poder, divinidad.	Metáfora: Hitler es prácticamente una divinidad ante los ojos de los jóvenes.	Ethos: confiable y verosímil porque viene desde el cielo.
II. ÁNGULOS					
Ángulo normal		Secuencia 09: militantes del partido marchan con la bandera del partido	Secuencia 09: devoción, fidelidad, primacía, superioridad.	Metáfora: se aprecia un mar de banderas.	Pathos: apela a la emotividad que despliega la supremacía del mar de banderas.
Ángulo picado		Secuencia 01: se aprecian los techos de los edificios de arquitectura medieval de Nuremberg. Así como a la gran cantidad de militantes del partido Nazi.	Secuencia 01: la belleza y orden de la ciudad representativa de Alemania.		Pathos: recurre al sentimiento de orgullo por su ciudad al mostrarla impecable, bella y grandiosa.
		Secuencia 01: se aprecia la sombra del avión sobre los techos de los edificios de arquitectura medieval de Nuremberg.	Secuencia 01: algo imponente sobre ellos que ha llegado a la ciudad.	Metáfora: la sombra del avión que volaba sobre Nuremberg hace referencia al águila representativa del partido nazi.	Ethos: confiable e imponente porque viene desde el cielo.
		Secuencia 04: muestra la gran amplitud y extensión que abarca el campamento en el que convivía la juventud hitleriana.	Secuencia 04: orden, obediencia, disciplina, multitud.	Símil: el campamento de los jóvenes hace referencia a un campo de batalla.	Logos: el gran apoyo que recibía Hitler se demuestra en la magnitud de campamento.
		Secuencia 07: Durante la noche, militantes escuchan emocionados un discurso de un alto mando del partido.	Secuencia 07: entusiasmo, felicidad, conmoción, lealtad.	Oxímoron. Existe un contraste entre la noche y las luces de bengala, haciendo referencia a una Alemania sumida en la oscuridad y un líder que ha llegado para guiarlos.	Pathos: recurre al sentimiento de entusiasmo y esperanza.
		Secuencia 11: se muestra el numeroso ejército del partido desfilando ordenadamente y ciudadanos saludando desde sus casas.	Secuencia 11: orden, furor, disciplina.		

Ángulo contrapicado		Secuencia 02: los ciudadanos saludan contentos desde las ventanas del edificio donde se visualiza a la esvástica adornada, además se muestra la bandera del partido y de Alemania colgando desde las ventanas.	Secuencia 02: fervor al partido nazi, obediencia, aceptación.	Sinécdoque: representa el apoyo total del pueblo hacia el partido.	Logos: es incuestionable el apoyo a Hitler por haber colocado la esvástica y la bandera del partido en sus viviendas.
		Secuencia 05: Se muestra a un militante de alto rango del partido vitoreando Sieghel (Rudolf Hess).	Secuencia 05: adoración, veneración, obediencia y respeto hacia Hitler.	Exclamación: expresa exaltación al referirse a su líder, generando la misma actitud en el público.	Pathos: recurre a producir sentimiento de orgullo y obediencia.
		Secuencia 05: se presenta a Hitler escuchando el discurso de Rudolf Hess.	Secuencia 05: connota a un Hitler distante, inalcanzable, soberano.	Metonimia doble: la imagen de un Hitler soberano e inalcanzable, se refuerza con las palabras de veneración de Rudolf Hess hacia él.	Ethos: se muestra a Hitler con una expresión de seguridad, dando la sensación de confiabilidad.
		Secuencia 08: Se muestra a Hitler dando su discurso frente a las juventudes hitlerianas.	Secuencia 08: liderazgo, fortaleza, soberano.	Hipérbole: exagera la figura real de Hitler a un nivel majestuoso.	Ethos: se muestra a un líder que derrocha poder demostrando seguridad.
		Secuencia 09: se ve a Hitler de noche dando su discurso y de fondo el águila sobre la esvástica.	Secuencia 09: connota poder, grandeza, liderazgo, majestuosidad.	Símil: Se demuestra la semejanza de Hitler con el águila.	Ethos: produce seguridad y confiabilidad al comparar a Hitler con un animal que representa liderazgo.
		Secuencia 10: Se ve a Hitler brindando un discurso sobre un prosenio que tiene el símbolo nazi tallado en él. Al mismo nivel, se encuentra el águila en la misma forma en que se muestra a Hitler.	Secuencia 10: se ve a un Hitler inalcanzable, poderoso, invencible, lejano.	Símil: Se demuestra la semejanza de Hitler con el águila.	Ethos: produce confiabilidad y protección al comparar a Hitler con un animal que representa liderazgo y al ser visto tan invencible.
		Secuencia 11: Se ven diferentes banderas con la esvástica	Secuencia 11: grandeza, poder	Símil: Se compara a la esvástica, que aparece en el cielo, con Hitler.	Pathos: Recurre a los sentimientos de admiración y orgullo.

		Secuencia 11: Se ve a Hitler estirando el brazo para realizar el saludo nazi, de fondo se ve un cielo nublado.	Secuencia 11: liderazgo, autoridad, superioridad.	Hipérbole: exagera la figura real de Hitler a un nivel majestuoso e imponente.	Ethos: recurre a mostrar a Hitler como un magnate, seguro y capaz de liderar a la nación alemana.
		Secuencia 12: Hitler saluda al público presente antes de iniciar su discurso.	Secuencia 12: Liderazgo, supremacía, autoridad.		Ethos: recurre a demostrar la autoridad y confiabilidad que genera Hitler para empezar el discurso.
III. MOVIMIENTOS DE CÁMARA					
Travelling	Travelling Lateral	Secuencia 02: muestra un edificio de arquitectura medieval de Nuremberg adornado con banderas alemanas.	Secuencia 02: ciudad histórica, celebración, majestuosidad.		
Panorámica	Panorámica Horizontal	Secuencia 08: Se muestran manos saludando a Hitler para dar paso a una banderola con el símbolo nazi.	Secuencia 08: aceptación, apoyo, admiración.	Exclamación: los jóvenes se muestran entusiasmados y apasionados.	Pathos: se muestra efusividad por parte de los jóvenes.
	Panorámica Vertical	Secuencia 11: se muestra un edificio abarrotado de ciudadanos en las ventanas que realizan el saludo característico del partido al paso de Hitler.	Secuencia 11: simpatía, vehemencia, apoyo.	Exclamación: los ciudadanos demuestran su gran exaltación al ver pasar a Hitler.	Pathos: intenta contagiar ese gran entusiasmo que se muestra en los jóvenes.
IV. ILUMINACIÓN					
	Suave	Secuencia 01: se aprecian las nubes	Secuencia 01: divinidad, grandeza	Alegoría: las nubes refieren a la divinidad de Hitler	Pathos: recurre a la emoción que generan las nubes como antesala a la llegada de Hitler
		Secuencia 02: destaca la mano y hombros de Hitler iluminados a diferencia del resto.	Secuencia 02: poder divino.	Metáfora: Muestra a Hitler como un mesías, salvador de Alemania, un personaje divino.	Ethos: diferencia a Hitler que es presentado como el líder de la nación, que llevará a Alemania a la gloria.
		Secuencia 03: se muestra de noche el hotel donde se hospedaba Hitler, donde solo resalta la esvástica como único elemento iluminado.	Secuencia 03: guía, orientación, salvación.	Metáfora: La esvástica iluminada se presenta como una estrella que guía un sendero oscuro.	Pathos: apela a conmover demostrando la majestuosidad del símbolo en la noche.

Dura	Secuencia 07: se muestra a militantes esperando afuera del hotel donde se hospeda Hitler.	Secuencia 07: admiración, devoción, alegría	Analogía: Los militantes esperan en la noche a la llegada de su líder, como Alemania esperó durante duros momentos al líder que les sepa guiar.	Pathos: apela a la emoción y alegría que se genera al ver a los militantes en la noche.
	Secuencia 11: se muestra un edificio abarrotado de ciudadanos en las ventanas que realizan el saludo característico del partido al paso de Hitler.	Secuencia 11: admiración, devoción, alegría	Sinécdote: Los simpatizantes no son solo los que se encuentran en ese edificio, los es toda Alemania	Pathos: La imagen de los ciudadanos de Nuremberg aclamando a su líder apela a conmover.
	Secuencia 04: Se muestra a jóvenes trabajando juntos	Secuencia 04: alegría, diversión, camaradería, compañerismo	Sinécdote: los jóvenes que se muestran representan al pueblo alemán viviendo en armonía.	Pathos: recurre a la alegría que genera el apreciar jóvenes trabajando juntos mientras se divierten.
	Secuencia 05. Se presenta a Hitler escuchando el discurso de Rudolf Hess.	Secuencia 05: soberbia, grandeza, divinidad	Metáfora: se presenta a Hitler como una divinidad, como alguien inalcanzable.	Pathos: La visión de un Hitler iluminado recurre a generar emociones, admiración y adoración.
	Secuencia 06: se muestra el águila sobre el símbolo nazi iluminada en un fondo oscuro de noche.	Secuencia 06: poder, liderazgo, fuerza.	Metáfora: siendo el águila considerada como líder de las aves, hace una referencia al líder el pueblo alemán, Hitler.	Ethos: intenta generar confiabilidad al comparar a Hitler con un líder nato de la naturaleza.
	Secuencia 08: se muestra a Hitler dando su discurso.	Secuencia 08: grandeza, divinidad, soberanía	Hipérbole: Hitler es presentado como un dios, como el guía de Alemania.	Pathos: apela a emocionar al público demostrando la imagen de Hitler soberano.
	Secuencia 10: Se ve a Hitler brindando un discurso sobre un prosenio que tiene el símbolo nazi tallado en él. Al mismo nivel, se encuentra el águila en la misma forma en que se muestra a Hitler.	Secuencia 10: se ve a un Hitler inalcanzable, poderoso, invencible, lejano.	Símil: Se demuestra la semejanza de Hitler con el águila.	Pathos: la semejanza apela a generar fuertes emociones, de devoción y adoración frente a un líder tan poderoso.
	Secuencia 12: muestra al águila ligeramente inclinado, y totalmente iluminada.	Secuencia 12: majestuosidad, liderazgo, grandeza.	Analogía: el águila con líder de las aves representa al líder alemán, Adolf Hitler.	Ethos. Produce seguridad, confiabilidad y admiración entre los militantes, ya que el ave representa a Hitler.

		Secuencia 12. Se muestra a Hitler frente a la gran cantidad de público asistente, mientras brinda su discurso.	Secuencia 12: Supremacía, Divinidad, Majestuosidad	Metáfora: Hitler es presentado como un ser divino y celestial frente al público.	Ethos: Produce seguridad, confianza y esperanza entre los asistentes ya que Hitler es presentado como un ser divino mientras realiza su discurso.
	Contraluz	Secuencia 09: se muestra a Hitler mientras da un discurso completamente iluminado en la noche.	Secuencia 09: divinidad, majestuosidad, omnipotencia.	Metáfora: Hitler es mostrado como un ser divino frente a los militantes.	Pathos: apela a producir fervor al mostrar a Hitler como una deidad.
V. EL SONIDO					
Real u objetivo	De relleno	En el Intertexto se escucha el tema de Herbert Windt, que se mantiene lineal para luego disminuir y volver con mayor potencia. Se percibe música deprimente cuando en el texto se relata el inicio de la primera guerra y los años de sufrimiento del pueblo alemán. En seguida, se percibe música épica para acompañar el texto sobre el renacimiento de Alemania.	Genera expectativa, emoción y aflicción.	Exclamación: la música transmite fuertes emociones.	Pathos: refuerza la emotividad de los hechos comentados en el texto, acompañándolos de música acorde a la situación que se muestra.
		Secuencia 06: integrantes del frente obrero entonan una canción hacia Hitler.	Secuencia 06: orgullo, compromiso, agasajo, disciplina.	Exclamación: el himno transmite fuerte determinación	Pathos: demuestra valentía y transmite de manera emotiva su lealtad hacia Hitler.
		Secuencia 07: las juventudes hitlerianas entonan una canción afuera del Hotel donde se encontraba Hitler.	Secuencia 07: orgullo, felicidad, compromiso, disciplina	Exclamación: el himno transmite compromiso y orgullo de pertenecer al partido.	Pathos: demuestra de manera emotiva el compromiso que sienten para con el partido.
		Secuencia 05: Rudolf Hess vitorea a Hitler mientras él lo escucha.	Secuencia 05: adoración, veneración, obediencia y respeto hacia Hitler.	Exclamación: expresa exaltación al referirse a su líder, generando la misma actitud en el público.	Pathos: recurre a producir sentimiento de orgullo y obediencia.
Subjetivos					

Expresivos	Sonido asincrónico	Durante el intertexto se escucha el tema de Herbert Windt, que se mantiene lineal para luego disminuir y volver con mayor potencia. Se percibe música deprimente cuando en el texto se relata el inicio de la primera guerra y los años de sufrimiento del pueblo alemán. En seguida, se percibe música épica para acompañar el texto sobre el renacimiento de Alemania.	Genera expectativa, emoción y aflicción.	Exclamación: la música transmite fuertes emociones.	Pathos: refuerza la emotividad de los hechos comentados en el texto, acompañándolos de música acorde a la situación que se muestra.
		Secuencia 01: Durante la toma subjetiva del piloto del avión en el que iba Hitler, se escucha música de fondo.	Secuencia 01: Paz, tranquilidad, emoción.	Exclamación: expresa tranquilidad durante la antesala a la llegada de Hitler.	Pathos: refuerza la tranquilidad que se ve al observar las nubes, con la música.
		Secuencia 01: Durante las tomas de ángulo picado de la ciudad se escucha música de fondo.	Secuencia 01: solemnidad, emoción, solemnidad	Exclamación: La música transmite emoción durante la antesala a la llegada de Hitler.	Pathos: refuerza la emoción con la música mientras se muestra los diferentes edificios de la ciudad de Nuremberg.
		Secuencia 01: Durante la toma de ángulo picado a los simpatizantes que se acercaron a saludar la llega de Hitler, se escucha música.	Secuencia 01: conmoción, admiración, felicidad, alegría	Exclamación: la música transmite alegría frente a la llegada de Hitler.	Pathos: la música refuerza la felicidad de los simpatizantes cuando llega Hitler.
		Secuencia 02: Durante el saludo de Hitler hacia sus simpatizantes se escucha música de fondo.	Secuencia 02: solemnidad, admiración, grandeza	Exclamación: la música transmite emoción y admiración durante el recorrido de Hitler.	Pathos: la música refuerza la emoción que genera Hitler en las personas.
		Secuencia 04: Durante la toma de los jóvenes en el campamento se escucha música de fondo.	Secuencia 04: alegría, diversión, camaradería, compañerismo	Exclamación: la música transmite alegría, compañerismo y ayuda a que esos sentimientos se transmitan.	Pathos: la música refuerza la felicidad que sienten los jóvenes en el campamento.

		Secuencia 08: Durante el desfile de los militantes con las banderas se escucha música de fondo.	Secuencia 08: satisfacción, admiración, solemnidad.	Exclamación: la música transmite solemnidad y satisfacción durante el recorrido de los militantes	Pathos: la música refuerza la emoción, satisfacción que sienten los militantes al desfilar con las banderas.
		Secuencia 11: Durante el desfile de los militantes se escucha música de fondo.	Secuencia 11: alegría, emoción, solemnidad	Exclamación: la música transmite gran emoción y satisfacción durante el recorrido de los militantes.	Pathos: la música refuerza la emoción que sienten los militantes al desfilar delante de su líder.
Ruido		Secuencia 01: Durante la toma de ángulo picado a los simpatizantes que se acercaron a saludar a Hitler, se escucha "Heil"	Secuencia 01: admiración, conmoción, felicidad, emoción.	Exclamación: La bulla que se genera gracias a los vítores de los simpatizantes transmite gran emoción.	Pathos: los vítores refuerzan los sentimientos de alegría y felicidad que brinda la imagen.
		Secuencia 02: Durante su recorrido, Hitler saluda a sus simpatizantes, se escuchan vítores.	Secuencia 02.: admiración, felicidad, júbilo.	Exclamación: La bulla que se genera gracias a los vítores de los simpatizantes transmite gran emoción.	Pathos: los vítores refuerzan los sentimientos de alegría y felicidad que brinda la imagen.
		Secuencia 09: Después del discurso de Hitler se escuchan vítores	Secuencia 09: admiración, alegría, adoración.	Exclamación: La bulla que se genera gracias a los vítores de los simpatizantes transmite gran emoción.	Pathos: los vítores refuerzan los sentimientos de alegría y felicidad que brinda la imagen.
		Secuencia 07: Al finalizar el discurso de un alto mando de la S.A., mientras se prenden los fuegos artificiales, se escuchan vítores y el saludo característico hacia Hitler.	Secuencia 07: júbilo, entusiasmo, fervor.	Exclamación: La bulla que se genera gracias a los vítores de los simpatizantes transmite gran emoción.	Pathos: los vítores refuerzan los sentimientos de alegría y felicidad que brinda la imagen.
		Secuencia 12: Al final el discurso de Hitler se escuchan vítores "Heil"	Secuencia 12: júbilo, adoración, alegría	Exclamación: La bulla que se genera gracias a los vítores de los simpatizantes transmite gran emoción.	Pathos: los vítores refuerzan los sentimientos de alegría y felicidad que brinda la imagen.
Silencio		Secuencia 10: Durante la toma panorámica vertical del águila hasta el ingreso de Hitler y dos personalidades al Memorial de Paul Von Hindenburg, se hace notorio el silencio.	Secuencia 09: respeto, obediencia, tristeza, acatamiento	Alegoría: el silencio refiere al respeto y tristeza que siente el pueblo alemán por la partida de Paul Von Hindenburg	
Música		INTERTEXTO			

		Himno del Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán e Himno Nacional Alemán extraoficial.	Orgullo, lealtad, compromiso, patriotismo.	Exclamación: el himno transmite compromiso y orgullo de pertenecer al partido.	El himno refuerza la emoción que se aprecia en la toma.
		Secuencia 03: La orquesta toca música mientras los jóvenes esperan a fuera del hotel donde se hospedaba Hitler.	Secuencia 03: emoción, solemnidad,	Exclamación: la música transmite júbilo.	Pathos: la música refuerza la emoción que sienten los jóvenes fuera del Hotel donde se hospedaba Hitler.
		Secuencia 08: La banda integrada por niños y jóvenes toca una melodía mientras los presentes esperan la llegada de Hitler.	Secuencia 08: emoción, orgullo,, solemnidad	Exclamación: la melodía transmite gran emoción en el público asistente.	Pathos: la melodía refuerza la emoción del público presente en el estadio, durante la espera de la llegada de Hitler.
		Secuencia 12: Los militantes y público en general entonan el himno del partido Nazi	Secuencia 12: alegría, emoción, orgullo, felicidad	Exclamación: el himno transmite compromiso y orgullo de pertenecer al partido.	Pathos: el himno entonado por el público refuerza la emoción que se aprecia en el plano general de los militantes.
Alocución	Duración	Secuencia 08: El discurso de Hitler a las juventudes hitlerianas tiene una duración de 4' 37".	Secuencia 08: la importancia que tienen los jóvenes para que Hitler pueda cumplir su objetivo.	Metáfora: se dirige a la juventud diciéndoles que en ellos arde el mismo espíritu que él y los demás mandatarios del partido. También menciona: "Bandera que lloraremos desde la nada ¡Vosotros debéis mantenerla firmemente en vuestros puños!", refiriéndose a que Alemania es lo más preciado que deberán atesorar. Hipérbole: alude a que los jóvenes son carne de su carne. Anáfora: repite varias veces la palabra ustedes (refiriéndose a las juventudes), Alemania y pueblo.	Pathos: Hitler intenta que jóvenes se sientan orgullosos de ellos mismos así como él manifiesta sentirse orgulloso de ellos, además de sentirse importantes como apoyo para mejorar a Alemania.

		Secuencia 09: El discurso de la reunión nocturna de los líderes políticos tiene una duración de 5 ' 10".	Secuencia 09: poderío, lealtad hacia Alemania y el Reich.	Metáfora: Hitler al decir que el tambor se unirá a su sonido, la bandera se unirá a la bandera, la tropa a la tropa y el distrito al distrito, hace referencia a que cuando obtengan la gloria, volverá a hacer una nación unida. Símil: Hitler compara los cimientos en los que se ha formado el partido son firme como una roca. Anáfora: repite las palabras lealtad, orden (partido) y pueblo,	Logos: Menciona la cantidad de asistentes como prueba de la gran acogida y lealtad hacia el partido. (200,000 hombres). Menciona el sufrimiento por el que pasó Alemania como hecho histórico que los llevó a engrandecerse.
		Secuencia 12: El discurso en la ceremonia de clausura tiene una duración de 8'57"	Secuencia 12: capacidad y poder del partido para devolverle la gloria a Alemania.	Eufemismo: denomina al miedo que sentían los alemanes como el fantasma de la huida eterna. Anáfora: repite las palabras Liderato, pueblo, nación, compatriotas, partido, nacionalsocialista, Reich. -Metáfora: hace referencia al apoyo de los jóvenes al partido, diciendo que la juventud les ha sido entregada en cuerpo y alma.	Logos: Expone los logros del partido desde que se fundó hasta aquel momento el haber impuesto una ideología única en Alemania.

	Estructura	Secuencia 08: Discurso de Hitler a las juventudes hitlerianas. -Contexto político. - Desarrolla de manera explícita la importancia del apoyo de la juventud para el resurgimiento de Alemania. -Ideología: Hitler muestra su visión de una Alemania poderosa. -Uso de argumentos emocionales. -Mensaje unilateral, solo presenta aspectos positivos, lo que logrará el partido con el apoyo de los jóvenes.	Secuencia 08: la importancia que tienen los jóvenes para Hitler y su propósito.	Metáfora: se dirige a la juventud diciéndole que en ellos arde el mismo espíritu que él y los demás mandatarios del partido. También menciona: "Bandera que lloraremos desde la nada ¡Vosotros debéis mantenerla firmemente en vuestros puños"!, refiriéndose a que Alemania es lo más preciado que deberán atesorar. Hipérbole: alude a que toda la juventud hitleriana es carne de su carne. Anáfora: repite varias veces la palabra ustedes (refiriéndose a las juventudes), Alemania y pueblo.	Pathos: Hitler intenta que jóvenes se sientan orgullosos de ellos mismos así como él manifiesta sentirse orgulloso de ellos, además de sentirse importantes como apoyo para mejorar a Alemania.
		Secuencia 09: El discurso durante la reunión nocturna a líderes políticos. -Contexto: político. -Tema: explícito -Ideología: la consolidación del partido forjará una sola nación alemana. -Uso de argumentos emocionales: menciona el sufrimiento de Alemania e incita a la lealtad hacia la orden imperiosa que está logrando el surgimiento de la nación. -Mensaje bilateral, solo muestra aspectos positivos que logrará el partido, como devolverle la gloria a Alemania y unificar su nación.	Secuencia 09: poderío, lealtad hacia Alemania y el Reich.	Metáfora: Hitler al decir que el tambor se unirá a su sonido, la bandera se unirá a la bandera, la tropa a la tropa y el distrito al distrito, hace referencia a que cuando obtengan la gloria, volverá a hacer una nación unida. Símil: Hitler compara los cimientos en los que se ha formado el partido son firme como una roca. Anáfora: repite las palabras lealtad, orden (partido) y pueblo.	Logos: Menciona la cantidad de asistentes como prueba de la gran acogida y lealtad hacia el partido. (200,000 hombres). Menciona el sufrimiento por el que pasó Alemania como hecho histórico que los llevó a engrandecerse.

		Secuencia 12: Discurso en la ceremonia de clausura: - Contexto político - Ideología: Hitler creía en que el partido construiría un pilar eterno de Alemania. -Explica explícitamente que el partido siempre quiso poder exclusivo en Alemania y que solo los mejores alemanes deben ser nacionalsocialista. -Uso de argumentos emocionales, incita a recordar a los presentes lo difícil que era ser nacionalsocialista. -Mensaje bilateral: solo menciona los aspectos positivos que traerá el partido para Alemania.	Secuencia 12: capacidad y poder del partido para devolverle la gloria a Alemania.	Eufemismo: denomina al miedo que sentían los alemanes como el fantasma de la huida eterna. Anáfora: repite las palabras Liderato, pueblo, nación, compatriotas, partido, nacionalsocialista, Reich. -Metáfora: hace referencia al apoyo de los jóvenes al partido, diciendo que la juventud les ha sido entregada en cuerpo y alma.	Logos: Expone los logros del partido desde que se fundó hasta aquel momento el haber impuesto una ideología única en Alemania.
	Orden de las argumentaciones	Secuencia 08: Argumentos más fuertes al final del discurso.	Secuencia 08: la importancia que tienen los jóvenes para que Hitler pueda cumplir su objetivo.	Metáfora: se dirige a la juventud diciéndole que en ellos arde el mismo espíritu que él y los demás mandatarios del partido. También menciona: "Bandera que lloraremos desde la nada ¡Vosotros debéis mantenerla firmemente en vuestros puños"!, refiriéndose a que Alemania es lo más preciado que deberán atesorar. Hipérbole: alude a que los jóvenes son carne de su carne. Anáfora: repite varias veces la palabra ustedes (refiriéndose a las juventudes), Alemania y pueblo.	Pathos: Hitler intenta que jóvenes se sientan orgullosos de ellos mismos así como él manifiesta sentirse orgulloso de ellos, además de sentirse importantes como apoyo para mejorar a Alemania.

		Secuencia 09: Argumentos más fuertes al final del discurso.	Secuencia 09: poderío, lealtad hacia Alemania y el Reich.	Metáfora: Hitler al decir que el tambor se unirá a su sonido, la bandera se unirá a la bandera, la tropa a la tropa y el distrito al distrito, hace referencia a que cuando obtengan la gloria, volverá a ser una nación unida. Símil: Hitler compara los cimientos en los que se ha formado el partido son firme como una roca. Anáfora: repite las palabras lealtad, orden (partido) y pueblo,	Logos: Menciona la cantidad de asistentes como prueba de la gran acogida y lealtad hacia el partido. (200,000 hombres). Menciona el sufrimiento por el que pasó Alemania como hecho histórico que los llevó a engrandecerse.
		Secuencia 12: Argumentos más fuertes se presentan al principio y al final del discurso.	Secuencia 12: capacidad y poder del partido para devolverle la gloria a Alemania.	Eufemismo: denomina al miedo que sentían los alemanes como el fantasma de la huida eterna. Anáfora: repite las palabras Liderato, pueblo, nación, compatriotas, partido, nacionalsocialista, Reich. -Metáfora: hace referencia al apoyo de los jóvenes al partido, diciendo que la juventud les ha sido entregada en cuerpo y alma.	Logos: Expone los logros del partido desde que se fundó hasta aquel momento el haber impuesto una ideología única en Alemania.

IV. RESULTADOS

Elemento	Tipo de Elemento	Cantidad
Plano	Plano Detalle	3
	Primer Plano	4
	Plano busto	3
	Plano Conjunto	5
	Plano General	10
Ángulos	Ángulo Normal	1
	Ángulo Picado	5
	Ángulo contrapicado	9
Travelling	Travelling frontal	1
Panorámica	Panorámica Horizontal	1
	Panorámica Vertical	1
Iluminación	Iluminación Suave	5
	Iluminación dura	8
	Contraluz	1
Sonido real	Sonido de relleno	3
Sonido subjetivo		1
Sonido expresivo	Sonido expresivo sincrónico	8
Ruido		5
Silencio		1
Música		5

Leyenda: El presente cuadro muestra la sumatoria de los tipos de elementos audiovisuales más resaltantes que hemos encontrado en las secuencias analizadas de la película “El Triunfo de la Voluntad”.

Figuras Retóricas	Cantidad
Metáfora	16
Metonimia doble	1
Analogía	4
Anáfora	3
Alegoría	2
Exclamación	28
Hipérbole	6
Sinécdote	9
Símil	09
Eufemismo	2
Antítesis	1

Leyenda: El presente cuadro muestra la sumatoria de figuras retóricas que se han encontrado en las secuencias analizadas de la película “El Triunfo de la Voluntad”.

Tipo de argumentaciones	
Ethos	18
Pathos	50
Logos	12

Leyenda: El presente cuadro muestra la sumatoria de tipos de argumentaciones que se han encontrado en las secuencias analizadas de la película “El Triunfo de la Voluntad”.

V. Análisis y discusión de resultados

5.1 Respecto al Objetivo 1: Determinar cómo se utiliza la persuasión en el lenguaje cinematográfico del filme “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl.

Los medios de comunicación han servido como plataforma para el cumplimiento de estrategias persuasivas que producen un sentimiento en el receptor. (Pérez-Renta, 2008).

En diversas investigaciones se ha demostrado que el uso estratégico de elementos de lenguaje cinematográfico puede generar un efecto persuasivo en el espectador.

Dentro del filme “El Triunfo de la Voluntad”, se utilizó la persuasión a través de la repetición de ciertos elementos cinematográficos, como planos generales y ángulos contrapicados y picados, además se resaltó y acentuó el desarrollo de las acciones de cada escena con el empleo de la iluminación dura y el sonido expresivo sincrónico. Dicha repetición busca incrementar sensaciones para cumplir los fines propagandísticos planteados por la cineasta.

Además se identificó una serie de recursos persuasivos dentro de los discursos de Adolf Hitler expuestos durante la película.

Durante el análisis del largometraje también se comprobó la presencia de figuras retóricas como: metáfora, hipérbole, exclamación, sinécdoque, símil, oxímoron, antonomasia, metonimia doble, analogía, alegoría, anáfora y eufemismo. De la misma forma se hallaron los tipos de argumentos: ethos, pathos y logos durante casi todo el filme.

Por otro lado, como resultado del análisis de tres discursos de Hitler como son: Discurso de Hitler a las juventudes hitlerianas, Discurso durante la reunión nocturna a líderes

políticos y el Discurso en la ceremonia de clausura, se identificó el uso de figuras retóricas como metáfora, eufemismo, anáfora, símil e hipérbole. De la misma forma, se encontraron argumentos por logos y pathos, además de una serie de aspectos referentes a la estructura del discurso. Finalmente se constató la presencia de recursos persuasivos del mensaje en los discursos de Hitler.

Cabe recalcar que no se colocó en el cuadro de observación los elementos en su totalidad. Si bien es cierto, existen 12 secuencias dentro de la película, se decidió analizar algunos elementos dentro de las secuencias, los más destacables e importantes, pero sobre todo los que brindaban mayor contenido persuasivo.

5.2 Respecto al objetivo 2: Analizar los elementos del lenguaje cinematográfico del filme “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl.

Roiz (2009), refiere que existe una nueva etapa de la sociedad que se caracteriza por la influencia de la persuasión en el control de las masas, basadas en el crecimiento de la tecnología (imagen, televisión, radio), donde se ha incrementado el uso de contenidos persuasivos, estableciendo una nueva forma de control imponente.

Siendo el cine, uno de los soportes de la comunicación que ha sabido llegar a las grandes masas, la persuasión es empleada a través de los elementos propios del lenguaje cinematográfico.

En el filme propagandístico "El Triunfo de la Voluntad", el plano general es usado en reiteradas ocasiones, los planos más resaltantes se utilizaron en la secuencia 01, donde se aprecia el punto de vista del piloto y posteriormente solo las nubes en el cielo. Asimismo en

la secuencia 05, donde los ciudadanos desfilan disfrazados de agricultores y usando el traje típico alemán; en esa misma secuencia también se aprecian líderes y autoridades reunidos en el congreso del partido. Posteriormente, durante la secuencia 06, también predomina el plano general, mostrándose una gran cantidad de obreros perfectamente ordenados. En la secuencia 08, se emplea el plano general con la presencia de Hitler en un nivel muy superior comparado a los demás, este elemento cinematográfico también se usó cuando los integrantes de las juventudes hitlerianas se encontraban agrupados de manera muy ordenada escuchando al Führer, de esta manera se mostraba la numerosidad de integrantes.

El plano general también fue usado en la secuencia 10, a través del cual se observaba a los jóvenes que veían alegremente desfilar a Hitler. Ya en la secuencia 12 se emplea en reiteradas ocasiones este mismo recurso para mostrar a Hitler liderando el grupo de altos mandos que caminan entre las dos columnas que forman los militantes al esperar el discurso, y en el fondo se aprecia la esvástica, así como cuando Hitler y su entorno cercano caminan mientras el público grita de júbilo. Finalmente en la secuencia 12, se muestra a Hitler frente a una gran cantidad de personas mientras brinda su discurso, donde el plano general permite visualizar el multitudinario grupo que lo escucha.

El segundo elemento más utilizado es el ángulo contrapicado, éste se puede apreciar por ejemplo, en la secuencia 02, donde los ciudadanos saludan contentos desde las ventanas del edificio, también se visualiza a la esvástica adornada, además de la bandera del partido y de Alemania, colgando desde las ventanas. Del mismo modo en la secuencia 05, se visualiza a un militante de alto rango del partido vitoreando ¡Sieg heil! (Rudolf Hess). En la misma secuencia se presenta a Hitler escuchando el discurso de Rudolf Hess también en un ángulo contrapicado que permite percibir su figura como imponente y totalmente pulcra.

De igual forma en la secuencia 08, Hitler se ve dando su discurso frente a las juventudes hitlerianas igual de imponente, en la secuencia 09 se le ve de noche dando su discurso y de fondo el águila sobre la esvástica. En la secuencia 10 también aprecian diversos ángulos contrapicados, donde se ve al líder brindando un discurso sobre un prosenio que tiene el símbolo nazi tallado en él. Al mismo nivel, se encuentra el águila en la misma forma en que se muestra a Hitler, comparándolos con este mismo elemento audiovisual.

En la secuencia 11, se ven diferentes banderas con la esvástica, así como a los pobladores estirando el brazo para realizar el saludo nazi, de fondo se ve un cielo nublado. Finalmente en la secuencia 12 se aprecia a Hitler saludando al público presente antes de iniciar su discurso. Siempre visto a un nivel superior gracias a este recurso empleado: el ángulo contrapicado.

El tercer elemento más usado es el ángulo picado, utilizado en diferentes secuencias como en la secuencia 01, donde se aprecian los techos de los edificios de arquitectura medieval de Nuremberg. Así como a la gran cantidad de militantes del partido Nazi. En la misma secuencia también se aprecia la sombra del avión sobre los techos de los edificios de Nuremberg.

En la secuencia 04, el plano picado muestra la gran amplitud y extensión que abarca el campamento en el que convivía la juventud hitleriana. Por otro lado, en la secuencia 07 se muestra a los militantes escuchando emocionados el discurso de un alto mando del partido durante la noche. Finalmente en la secuencia 11, se muestra el numeroso ejército del partido desfilando ordenadamente y ciudadanos saludando desde sus casas. A través del plano

picado, las escenas mencionadas ubicaron a los personajes en un nivel inferior al Führer, además de permitir que la cantidad de personas se vea mayormente numeroso.

En el caso de la iluminación, las categorizadas como iluminación dura fue la más explotada, tal y como puede observarse en la secuencia 06, donde pudo apreciarse el águila sobre el símbolo nazi, iluminada en un fondo oscuro de noche con los rasgos bien marcados por la iluminación, que permite que se le vea majestuosa.

En la secuencia 08, Hitler se muestra dando su discurso a las juventudes Hitlerianas donde se recurre a la iluminación suave, también se emplea este mismo tipo de iluminación en la secuencia 10, donde se ve a Hitler brindando un discurso sobre un prosenio que tiene el símbolo nazi tallado en él. Al mismo nivel, se encuentra el águila en la misma forma en que se muestra a Hitler.

Por otro lado, en la secuencia 12 se muestra al águila ligeramente inclinada, y totalmente iluminada y se muestra a Hitler frente a la gran cantidad de público asistente, mientras brinda su discurso.

Por otro lado, otro elemento bastante empleado fue el sonido expresivo sincrónico que lo podemos encontrar en diferentes secuencias como en el intertexto, cuando se escucha el tema de Herbert Windt, que se mantiene lineal para luego disminuir y volver con mayor potencia. Se percibe música deprimente cuando en el texto se relata el inicio de la primera guerra y los años de sufrimiento del pueblo alemán.

En seguida, se percibe música épica para acompañar el texto sobre el renacimiento de Alemania. En la secuencia 01, durante la toma subjetiva del piloto del avión en el que iba Hitler, se escucha música de fondo que da la sensación de un momento de paz. Durante las tomas de ángulo picado de la ciudad también se escucha música de fondo, asimismo durante la toma de ángulo picado a los simpatizantes que se acercaron a saludar la llegada de Hitler.

En la secuencia 02, se muestra el saludo de Hitler hacia sus simpatizantes, mientras se escucha música de fondo efusiva que acompaña el momento de emoción, en la secuencia 04 se escucha música alegre de fondo durante la toma de los jóvenes en el campamento, por otro lado, en la secuencia 08, se escucha música de fondo en el desfile de los militantes con las banderas que dan la sensación de estar alistándose para entrar a un campo de batalla. Finalmente en la secuencia 11 se escucha música de fondo durante el desfile de los militantes.

Por otro lado, el gran uso de la iluminación dura permitió dirigir la luz directamente hacia Hitler, resaltando su figura en la noche, donde se le mostraba como un destello de luz, haciendo referencia a la luz que los guiará para lograr el resurgimiento de Alemania. Finalmente, la música que acompaña cada secuencia resalta la emoción que desea producir en el espectador. Como canciones épicas para abordar la historia de Alemania o mostrar los paisajes de Nuremberg.

Así como las canciones de júbilo que resaltan la aclamación que recibe Hitler por parte del pueblo, además de música solemne que acompaña el desfile de los militantes del partido ante el pueblo alemán.

5.3 Respecto al Objetivo 3: Analizar connotativamente el lenguaje cinematográfico del filme “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl.

La retórica rompe con los significados denotativos, para dar paso a la connotación, incluyendo un significado menos directo pero más enriquecido. Aquí es donde interviene la persuasión del receptor desde formas en las que los lenguajes son forzados para lograr una mayor participación del receptor (López, 2016).

En el lenguaje cinematográfico, los elementos que conforman este concepto son adecuados para desarrollar un significado que va más allá, con el objetivo de ejecutar un dominio en el espectador.

Es por ello, que en 'El Triunfo de la Voluntad', se realizó la reiteración de ciertos elementos con un fin persuasivo. En él, la mayoría de los planos más resaltantes son el plano general, que connotan grandeza y compromiso, debido a la gran cantidad de simpatizantes que muestra este recurso, entusiasmo e idolatría por parte de los ciudadanos a Hitler, la superioridad del Führer ante el pueblo al verse frente a tantos seguidores, disciplina y obediencia de los militantes que el elemento cinematográfico permite que se muestre al espectador a gran escala.

Por otro lado, el ángulo contrapicado connota a un Hitler magnificado, inalcanzable, invencible y lejano, mostrándolo como el personaje ideal para guiarlos hacia la gloria. Finalmente, el ángulo picado connota la subordinación de los fieles ante Hitler, al mostrarlo a él a un nivel superior del suelo y a los ciudadanos, así como a las militantes pequeños ante el Führer.

La reiteración de planos generales se utilizó para mostrar al espectador la gran multitud de personas que apoyaban al partido Nazi, con la intención crear la sensación de que toda Alemania lo apoya.

La serie de planos enfocados en Hitler crea una perspectiva desde la visión del pueblo alemán, esta imagen fue creada a través de los planos contrapicados que situaban al Führer en una posición superior al resto de Alemanes.

Del mismo modo, se mostró en repetidas ocasiones al águila, el símbolo nazi que se visualizaba en ángulos contrapicados iguales a los de Hitler, con el fin de comparar al líder de las aves con el único líder de la sociedad alemana.

El uso redundante del plano picado, hace ver a un Hitler magnificado ante personas inferiores a él. Muestra a un Führer literalmente a otro nivel del suelo en comparación al público que lo aclama.

La iluminación dura, recurso utilizado mayormente en el filme, pudo connotar una sensación de majestuosidad, omnipotencia y divinidad hacia Hitler, al mostrarlo completamente iluminado durante la noche.

Las canciones que acompañan connotan expectativa de los ciudadanos previa a la llegada de Hitler, el honor de tenerlo frente a ellos, y la grandeza del partido, por lo solemne de la música en cada desfile de los militantes y del Führer.

5.4. Respecto al objetivo 4. Identificar las figuras retóricas utilizadas en el lenguaje cinematográfico del filme “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl.

Las figuras retóricas son formas esenciales con las que se enriquecen los lenguajes visuales para el convencimiento del receptor. (López, 2006). Los elementos propios del lenguaje del filme analizado, se han visto complementados con una serie de figuras retóricas que hicieron posible el cumplimiento del proceso persuasivo.

En 'El Triunfo de la Voluntad' se logró identificar a través de los ángulos, planos, movimientos de cámara, iluminación, sonido y en los discursos de Hitler, figuras retóricas que se usaron reiteradamente como: metáfora, hipérbole, exclamación, sinécdoque, símil, oxímoron, metonimia doble, analogía, alegoría, anáfora y eufemismo.

La metáfora, generalmente se usó para hacer semejanza de Hitler con un ser divino, majestuoso y como el salvador de Alemania. Esta figura se construyó a través del uso de la iluminación dura y de los planos generales. A través de un plano general, se muestran las nubes alrededor del avión donde estaba Hitler, como una metáfora a la divinidad de un ser supremo.

La cineasta también buscaba recrear un ambiente bélico, haciendo referencia de la formación de los jóvenes hitlerianos y del frente obrero, ordenados perfectamente como si estuviesen en un campo de batalla.

A través de elementos cinematográficos como el ángulo contrapicado y la iluminación, se logró implementar la figura retórica de Hipérbole, la cual engrandeció la imagen real de Hitler ante los espectadores.

La Exclamación, figura hallada entre los primeros planos y planos busto permitieron visualizar la expresión de júbilo y aceptación a Hitler, así como consiguió mostrar la convicción que reflejaba el Führer durante sus discursos sobre la Alemania poderosa que ansiaba construir.

Se recurrió al uso de la sinécdoque, presentando a través de planos conjuntos el apoyo de los ciudadanos mostrados en la escena como si se tratase de todo el pueblo alemán.

Con el uso del Símil, a través de ángulos contrapicados se hizo una comparación entre Hitler y el águila, que es usada como símbolo del partido nacionalsocialista, con la intención de reflejar rasgos del liderazgo que connota el águila, con Hitler.

La figura Antítesis se refleja en el uso de la iluminación dura al mostrar un contraste entre la noche y las luces de bengala.

La Metonimia Doble se cumple al verse reforzada la imagen de un Hitler soberano e inalcanzable, con las palabras de veneración de Rudolf Hess hacia él.

El águila, líder de las aves, es comparada con Hitler utilizando una analogía debido al liderazgo que connota aquel animal.

En los discursos de Hitler, prevalece la figura retórica Anáfora, al observarse principalmente la repetición de palabras como ustedes (al referirse a los jóvenes hitlerianos), pueblo, liderato, nación y Alemania.

El Eufemismo se vio utilizado por Hitler en su discurso al usar palabras más suaves para denominar el miedo que sentían los alemanes como el fantasma de la huida eterna.

5.5. Respecto al Objetivo 5. Identificar los tipos de argumentaciones utilizadas en el lenguaje cinematográfico del filme “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl.

En el largometraje, a través del análisis, se pudo encontrar el uso repetitivo de los tres tipos de argumentaciones, según Aristóteles: Ethos, Pathos y Logos.

Ethos es el tipo de argumentación que apela persuadir mediante la credibilidad de la fuente, mientras la fuente sea más honesta y con buena reputación, el mensaje será mucho más fácil de persuadir al público oyente. Pathos es el tipo de argumento que refiere a la emoción como medio persuasivo durante el discurso. Por último Logos es el argumento que resalta la importancia de datos incuestionables, estadísticas, que generen en el público aceptación del discurso sin duda alguna.

El tipo de argumentación más empleado en el filme “El Triunfo de la Voluntad” es Pathos, causar emoción ha sido uno de los objetivos más importantes de la cineasta ya que considera generar diferentes emociones durante todo el filme. Desde el inicio se pudo apreciar que apeló a conmover al pueblo alemán con el uso de hechos fatídicos para su nación, como la Primera Guerra Mundial, estos datos fueron mostrados en el Intertexto de la película, de modo que iniciaba conmoviendo a los alemanes para después presentarles el futuro prometedor que les esperaba al mando de Adolf Hitler.

En la escena del campamento de las juventudes Hitlerianas, Leni Riefenstahl logró transmitir mediante planos generales y primeros planos de jóvenes y niños, la gran felicidad con la que trabajaban en equipo y el sentido de pertenencia que tan solo lo podía lograr el partido nacionalsocialista. El resultado de esto sería la comparación del campamento con la vida cotidiana de cualquier alemán bajo el régimen de Hitler, lo que significa que en la Alemania nacionalsocialista todas las personas tienen un objetivo, que es el de engrandecer su nación.

Las escenas de la población vitoreando a Hitler, oportunamente son repetidas en todo el filme con un mensaje que busca causar admiración, veneración, connotando que así como los ciudadanos de Nuremberg aclaman al Führer, de la misma forma lo hace el país. Se puede afirmar que si bien en el filme se muestra a los lugareños de Nuremberg, estos representan a todo un país, obediente y respetuoso de Hitler.

De la misma forma, las escenas que muestran a los militantes desfilando con las banderas del partido, buscan producir en los alemanes fidelidad, devoción hacia el partido, el mismo tipo de devoción que sienten por sus símbolos patrios. Aquí la cineasta intenta que esta comparación pase desapercibida, pero la constante repetición de las mencionadas escenas logra que el mensaje resulte visible.

Ethos es el segundo tipo de argumentación más empleado por Riefenstahl, ya que logra mostrar Hitler como el ser más grande e importante que lidera el país, de acuerdo con esto, cualquier mensaje que provenga de él debería ser obedecido como si se refiriera a la ley.

Varios ejemplos de lo mencionado anteriormente son visualizados en las reiteradas escenas cuando Hitler es captado por ángulos contrapicado, picados y planos generales,

mientras éste brinda su discurso o saluda a sus simpatizantes. Incluso en las escenas donde se le compara a Hitler con el águila como ave poderosa que guiará a Alemania al éxito. Durante todo el filme Leni logra engrandecer la figura de Hitler de una manera exagerada, a través de los elementos del lenguaje cinematográfico mencionados con anterioridad, pero muy acertada ya que la finalidad del documental era persuadir al pueblo alemán.

Finalmente el tipo de argumentación Logos es empleado en su mayoría en los discursos expuestos por Hitler, un ejemplo de esto es cuando menciona la cantidad de asistentes al Congreso, enfatizando la gran aprobación que percibe del pueblo alemán, de la misma forma comenta en sus discursos sobre hechos históricos del pasado alemán que marcaron a su nación, y también hace referencia a los logros obtenidos desde el ingreso de su partido al poder. Basándose en estos argumentos es como logra empezar su discurso de manera lógica.

Asimismo la cineasta consigue demostrar, a través del uso desmedido de planos generales, ángulos picados, panorámica horizontal y vertical, la gran cantidad de apoyo, aprobación, admiración y hasta fervor de la población hacia Hitler, consolidando la devoción de los ciudadanos hacia éste como un argumento de peso para el desarrollo del país que sólo se lograría si es liderado por el Führer.

5.6. Respecto al objetivo 6. Analizar los discursos expuestos en el filme “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl.

El filme emplea diversos discursos de altos mandos del partido nacionalsocialista y como parte del clímax del largometraje se presentan discursos del Führer en donde hace uso de su talento para la oratoria.

Hemos decidido analizar 3 discursos de Adolf Hitler, debido a la mayor riqueza persuasiva que pensábamos encontrar, y no nos equivocamos.

El primer discurso se visualiza en la secuencia 08, Adolf Hitler expone frente a las juventudes Hitlerianas, durante de 4 minutos con 37 segundos. Este discurso es dirigido expresamente hacia los jóvenes y se puede afirmar que usa las argumentaciones más importantes para el final de este. El Führer empieza comentando sobre el contexto político, para después desarrollar de manera explícita el apoyo de las juventudes que ayudarán a lograr el resurgimiento de Alemania. De la misma forma resalta que sólo si forman parte del partido podrán ser parte de la construcción de una Alemania poderosa.

Emplea argumentos emocionales (pathos) durante todo el discurso como en el siguiente que usa la metáfora: “Bandera que lloraremos desde la nada ¡Vosotros debéis mantenerla firmemente en vuestros puños!”, refiriéndose a la defensa absoluta hacia su nación, incluso si se debe pelear por ella. Apela a comparar al ardor del espíritu de la juventud, con la de él mismo y otros altos mandos. También emplea a la hipérbole cuando resalta que los jóvenes son carne de su carne.

Hitler logra proyectar seguridad y confianza en los jóvenes ya que da gran importancia al desempeño de estos dentro del partido, con un fin más grande, el del resurgimiento de Alemania.

El segundo discurso se desarrolla en la secuencia 09, se realiza durante la reunión nocturna con los líderes políticos y tiene una duración de 5 minutos con 10 segundos, De la misma forma que en el discurso anterior, Hitler busca sensibilizar (pathos) a los otros líderes políticos rememorando los hechos pasados de la historia alemana, el sufrimiento por el que tuvo que pasar su pueblo y que este sería el motivo por el que ellos trabajan para engrandecer

su país. De una manera enérgica incita a la lealtad hacia su partido, hacia su país, y hacia el trabajo que en ese momento el partido estaba realizando para la reconstrucción de su nación.

Otro aspecto que repite es el uso de la Metáfora cuando Hitler al decir que el tambor se unirá a su sonido, la bandera se unirá a la bandera, la tropa a la tropa y el distrito al distrito, hace referencia a que cuando obtengan la gloria, volverán a hacer una nación unida. Y que esta unión se lograría con la consolidación del partido. Por otro lado, emplea la figura de la comparación, Símil: Hitler compara la firmeza de los cimientos en los que se ha formado el partido con una roca. También emplea el uso de la figura de la repetición, Anáfora: reitera el uso de las palabras lealtad, orden (partido) y pueblo, para poder conmover y persuadir a los líderes políticos.

La emotividad no es el único tipo de argumentación que refiere, también Logos al mencionar la cantidad de asistentes como prueba irrefutable de la gran acogida y lealtad hacia el partido. (200,000 hombres).

El tercer y último discurso se aprecia en la clausura del día del Partido en el Palacio de Congresos de Núremberg, secuencia 12. El discurso tiene una duración más larga a comparación con el resto, de 8 minutos con 57 segundos. En la ceremonia Hitler menciona en diferentes ocasiones las palabras “liderazgo, pueblo, nación, compatriotas, partido” , para lograr mantener la atención del público en general y persuadirlos. Una de los momentos más interesantes de la declamación del discurso es cuando Hitler confesó que el partido, haciendo referencia a él mismo, siempre quiso poder exclusivo en Alemania y resalta enérgicamente que solo los mejores alemanes deben ser nacionalsocialistas.

De la misma forma que en el resto de los discursos hace énfasis en causar emotividad, en este caso expone las dificultades que tuvieron en el pasado, cuando no eran un partido de mayorías. El discurso se centra en la evolución que tuvo el partido nacionalsocialista y en lo que Hitler visionaba para su partido. Pero también mencionó temas importantes como la supremacía de la raza aria, lo hizo de una forma un poco superflua, no tan directa como lo haría en tiempos posteriores; habló de luchar por su país y por su partido. Y también se refiere a su país como a “el imperio alemán” que deseaba se extendiera hasta la eternidad.

Finalmente se puede afirmar que Hitler emplea la lógica y la emotividad para persuadir durante un discurso que logra exponer sus expresiones y movimientos corporales al máximo, algo que no se pudo apreciar en el resto del documental ya que era enfocado como un líder inalcanzable.

Conclusiones

En la investigación: La persuasión en el lenguaje cinematográfico del filme "El Triunfo de la Voluntad" de Leni Riefenstahl, se concluye:

1. La persuasión fue aplicada en el filme a través del uso estratégico de ciertos elementos del lenguaje cinematográfico como ángulos contrapicados, planos generales, iluminación dura, suave y del sonido expresivo. Asimismo a través de figuras retóricas que dieron énfasis a lo que se intentaba transmitir, además de la utilización de argumentos por pathos, ethos y logos para impactar en el espectador a través de su fuerza emotiva, lógica o por argumentos relacionados a la credibilidad del personaje.
2. Los principales elementos utilizados en el filme estuvieron enfocados especialmente en Hitler y en el público. Tanto para mostrar la multitud de simpatizantes, como de integrantes del partido, además lo pulcro y ordenado que era el ejército a través de planos generales. Asimismo, los ángulos contrapicados sirvieron para enaltecer y magnificar la figura de Hitler, en algunas escenas se usó la iluminación dura para reforzar esta idea y agregarle a Hitler una característica divina y majestuosa. Con la música se acentuó la solemnidad y expectativa que ameritaba la presencia del líder.
3. Los elementos cinematográficos ya mencionados, connotaron en su mayoría expectativa por ver a Hitler, aceptación y apoyo al partido, la disciplina de sus partidarios, la supremacía de poder del Führer y la idolatría de su pueblo. Los tres discursos analizados, connotaron la importancia que tenía para Hitler el apoyo de los jóvenes, porque aún pueden formarse en cuanto a la ideología del nazismo. Asimismo, connotaron la lealtad de los nazis hacia Alemania.
4. Las figuras retóricas utilizadas en el lenguaje audiovisual fueron la metáfora, hipérbole, exclamación, sinécdoque, símil, oxímoron, metonimia doble, analogía,

alegoría, anáfora y eufemismo, las cuales contribuyeron al efecto persuasivo del documental. Por otro lado, en los tres discursos de Hitler analizados, se hallaron las figuras retóricas de metáfora, hipérbole, anáfora, símil y eufemismo.

5. Los tipos de argumentaciones utilizados en el documental “El Triunfo de la Voluntad” de Leni Riefenstahl son ethos, pathos y logos. Durante todo el film es el tipo de argumentación empleado con mayor reiteración. pathos (emotividad) Ethos (credibilidad y confiabilidad) es el segundo tipo de argumentación más empleado. Y por último logos (lógica) es el argumento con menor repetición durante el largometraje.
6. Los tres discursos de Hitler analizados mantienen aspectos repetitivos como el uso de la metáfora y de los tipos de argumentación pathos y logos. En su mayoría los argumentos más fuertes son empleados en la parte final del discurso y también se repite la importancia de la consolidación del partido nacionalsocialista y su evolución. Los tres discursos se desarrollan en espacios arquitectónicamente majestuosos con la finalidad de persuadir.

Recomendaciones

Al finalizar la presente investigación llegamos a otorgar la siguiente sugerencia:

1. Se recomienda a las universidades promover el desarrollo de investigaciones que busquen analizar el lenguaje cinematográfico desde la perspectiva de la persuasión para de esta manera ampliar el estudio y generar mayores referencias bibliográficas.
2. Se recomienda profundizar en investigaciones que enfoquen la persuasión desde la perspectiva de las ciencias de la comunicación para entender mejor la problemática del mundo contemporáneo, tanto en el campo político como social.
3. Se recomienda a otros tesisistas continuar con el uso del instrumento empleado en la presente investigación para analizar el lenguaje cinematográfico desde la perspectiva de la persuasión

Referencias Bibliográficas

- Ames, N. (2008). *La revolución sí será filmada: análisis de la transmisión de ideologías en La huelga, de Sergei M. Eisentein, y La primera carga del machete, de Manuel Octavio Gómez*. Tesis de Pregrado. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Ausín, A. (2015). *Propaganda, imagen y opinión pública en Burgos durante la guerra de la independencia (1808-1814)*. Tesis de Doctorado. Universidad de Burgos, Burgos, España.
- Bélanger, A. (1995) *La comunicación política o el juego del teatro y de las arenas*. Barcelona, España. Gedisa.
- Correa, O. (2008). *Acuñación y definición del término: Diseño Propagandístico, a partir del estudio e interpretación de carteles y material gráfico que se realizó como respuesta en contra de la guerra de Irak y Afganistán del año dos mil tres*. Tesis de Maestría. Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.
- Crespo, A. (2009). *El cine y la industria de Hollywood durante la Guerra Fría 1946-1969*. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, España.
- Del Rey, F. (1996) ¿De qué hablamos cuando hablamos de Comunicación Política?, *ZERRevista de Estudios de Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, 1, 51-56.
- Delgado, B. (2015). *El Cine Nazi de Leni Riefenstahl*. Tesis de Bachiller. Universidad de la Laguna, Islas Canarias, España.
- Gerstlé, J. (2005). *La Comunicación Política*. Santiago de Chicle, Chile. LOM.
- Gómez, F. (2010) *Análisis de textos audiovisuales*. Cantabria, España. Shangrila textos aparte.
- Hernández, J. (2007). *Reflexión crítica de la propaganda Nazi de Joseph Goebbels vs. George Bush*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Pachuca de Soto, México.
- Hovland, C. Janis, I. Kelley, H. (1963). *Comunicación y Persuasión, Estudios psicológicos de cambio de opinión*. Connecticut, Estados Unidos. Universidad de Yale.
- León, P. (2009). “El cine norteamericano y la España franquista, 1939-1960: relaciones internacionales, comercio y propaganda” Madrid, 2009”. Tesis de Doctorado. Universidad Complutense de Madrid (UCM), Madrid, España.

- Martin, M. (2002). *El Lenguaje del Cine*. Barcelona, España. Gedisa.
- Newcourt-Nowodowski, S. (2006). *La Propaganda Negra en la Segunda Guerra Mundial*. México D. F., México. Algaba.
- Nimmo y Sanders (1981). *Manual de Comunicación Política*, Washington, Estados Unidos.
- Reyes, O' Quínn, Morales & Rodríguez (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*. (14), p. 88.
- Romanguera, J. (1999) *El Lenguaje Cinematográfico: Gramática, Géneros, Estilos y Materiales*. Madrid, España. Ediciones La Torre.
- Petty, Cacioppo y Goldman (1981). La participación personal como determinante de la persuasión basada en argumentos. *Revista de Personalidad y Psicología Social*.(41), p.850.
- Pizarroso, A. (1999). *La historia de la propaganda: una aproximación metodológica*. Madrid, España.
- Iñigo - Mora, I. (2005). Las estrategias de persuasión en la cámara de los comunes. Florida, USA. Dissertation.com.

Referencias electrónicas

- Alcaide, M. Introducción al lenguaje del cine (2010).Historia-vcentenario.wikispaces. Recuperado de :<https://historia-vcentenario.wikispaces.com/file/view/Introducci%C3%B3n+al+Lenguaje+del+Cine.pdf>
- Comunicación política en campañas electorales, Módulo Avanzado de Formación Política (2006) Ágora Democrática. Recuperado de http://www.idea.int/publications/cspc/upload/Agora_Comunicacion_Politica_en_Campa%C3%B1as_Electorales.pdf
- Jonás, A. (2016). La era del cinematógrafo: las directoras pioneras del séptimo arte. Filmfellasclub. Recuperado de <https://filmfellasclub.wordpress.com/2016/08/19/la-era-del-cinematografo-las-directoras-pionera-del-septimo-arte-segunda-parte/>
- LeniRiefenstahl, (s.f). En Wikipedia. Recuperado el 18 de noviembre de 2016 de https://es.wikipedia.org/wiki/Leni_Riefenstahl
- López, J. (2006). La Retórica en los Lenguajes Visuales. Recuperado de: <http://martinezsilva.com/uam/Retorica%20de%20los%20Lenguajes%20Visuales.pdf>
- Méndiz, A. (2008). Diferencias conceptuales entre publicidad y propaganda: una aproximación etimológica. Recuperado de

[http://www.maecei.es/pdf/n12/articulos/Diferencias conceptuales entre publicidad y propaganda.pdf](http://www.maecei.es/pdf/n12/articulos/Diferencias_conceptuales_entre_publicidad_y_propaganda.pdf)

Morán, A. (2016). El Triunfo de la Voluntad: Básicos Filmoteca, Cine Documental, 6, 2-4. Recuperado de <http://ivac.gva.es/banco/archivos/06-el-triunfo.pdf>

Rey, J. (2011) . Revista de Comunicación. La comunicación política en la sociedad del marketing y de internet. Encuadres, relatos y juegos de lenguaje. Recuperado de <http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2011/Art102-128.pdf>

Rodríguez, L. Argumentos por Ethos, Pathos y Logos (1998). Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/268226149_Argumentos_por_ethos_logos_y_pathos

Roiz, M. (2002), La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas, Paidós, Barcelona.

Scretti, F. (2012). Publicidad en la política, política en la publicidad. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/viewFile/38655/37379>

Teorías críticas de los Medios de Comunicación(2012)COMUNICACIÓN Enfoques interdisciplinarios para el estudio de la comunicación social. Recuperado de <http://comunicacion.idoneos.com/338244/>

Anexos

Discursos analizados de Adolf Hitler

1° Discurso a las juventudes Hitlerianas:

“Mis jóvenes alemanes:

Después de un año, los saludo nuevamente. Los que están aquí no son sino una parte del gran movimiento que se esparce por toda Alemania. Deseamos que ustedes, muchachos y muchachas alemanes, absorban todo lo que deseamos para la nueva Alemania. Queremos ser una nación unida, y ustedes, mis jóvenes, son esa nación.

En el futuro no habrá rangos ni clases sociales. Ustedes deberán impedir que esas diferencias crezcan de nuevo. Queremos un gran movimiento nacional y ustedes deben estar preparados para ello. Queremos que la gente sea obediente. Y ustedes deben practicar la obediencia.

Queremos un pueblo que sea amante de la paz pero que también sea valiente. Ustedes deben ser pacíficos y valientes al mismo tiempo. Queremos una nación poderosa, ¡no débil! Ustedes deberían robar esa fortaleza de su juventud; deberán aprender a aceptar privaciones sin quebrarse.

Nada importa lo que creemos ni lo que hagamos hoy día, nosotros pasaremos. Pero en ustedes, Alemania vivirá. Y cuando nada quede de nosotros, ustedes alzarán en sus puños el pabellón que hace un tiempo levantamos inútilmente.

Sé que no puede ser de otra manera. Porque ustedes son carne de nuestra carne y sangre de nuestra sangre. Porque en sus cerebros arde el mismo ideal que nos alienta.

Estoy seguro que ustedes se unirían a las columnas de este movimiento que se disemina

victorioso por toda Alemania.

Ya lo sabemos... Alrededor nuestro, está Alemania. En nosotros, está Alemania. Detrás de nosotros, está Alemania.”

2° Discurso a líderes políticos.

“Hace un año nos encontramos por primera vez en este campo, en la primera revista general de líderes del partido nacionalsocialista. Veinte mil hombres están ahora reunidos, convocados exclusivamente por mandato, de su corazón, convocados exclusivamente por mandato de su lealtad.

La gran miseria sufrida por nuestro pueblo fue la que nos unió, y nos llevó a esforzarnos y engrandecernos. Es por ello que los que no padecieron la misma miseria en su pueblo no pueden entenderlo. Les parece enigmático y misterioso el motivo que hace que se reúnan estos cientos de miles de personas, que aguanten calamidades, sufrimiento y privaciones. No encuentran otra explicación que eso ocurra por orden del estado. Se equivocan. No es el estado el que nos manda, sino nosotros los que mandamos al estado. No es que el estado nos haya creado, sino que nosotros estamos creando nuestro propio estado. No, el movimiento está vivo, y sus cimientos son firmes como una roca, y mientras uno solo de nosotros aún pueda respirar, prestará sus fuerzas al movimiento y lo apoyará tanto como en estos últimos años. Entonces el tambor se unirá a su sonido, la bandera se unirá a la bandera, la tropa a la tropa, el distrito al distrito y finalmente esta enorme formación, que antes era un pueblo dividido, se convertirá en una nación unida. Sería un sacrilegio dejar que se perdiese aquello que costó tanto trabajo, tantas preocupaciones, tantos sacrificios, tantas privaciones y tanta lucha conseguir.

Uno no puede ser desleal a lo que ha dado sentido y propósito a toda una vida. Algo así no surgirá de la nada, de no haber detrás una orden imperiosa. Y esta orden no nos la ha dado un superior terrenal, nos la ha dado el dios que creó a nuestro pueblo. Nuestro voto en esta noche será, por lo tanto, pensar a cada hora, cada día, solamente en Alemania, en el pueblo, y en el Reich, en nuestra nación Alemana. ¡SiegHeil! ¡SiegHeil! ¡SiegHeil!”

3º Discurso de clausura:

“El sexto día del partido del movimiento está llegando a su fin lo que para millones de alemanes fuera de nuestras filas apareció como una muestra de fortaleza política, para cientos de miles de luchadores fue, a la postre más, la gran reunión personal y espiritual de veteranos luchadores y camaradas en lucha y, quizá, para parte de vosotros desafiados por el impulso cortes de esta revista a nuestro partido retornaran con embravecidos corazones a los días en los que fue difícil ser nacionalsocialista.

Cuando nuestro partido lo componían únicamente siete miembros ya tenía dos principios.

Primero, sería un partido con una verdadera ideología y segundo, sería intransigentemente el primer y único poder en Alemania. Tuvimos que permanecer en la minoría ya que movilizamos los elementos más valiosos de lucha y sacrificio en la nación que siempre no han estado en la mayoría, sino más bien en la minoría. Y como estos son los racialmente mejores de la nación alemana pueden en la más alta autoestima reclamar el liderazgo del pueblo y el imperio. El pueblo alemán supeditándose a si mismo a este liderazgo en creciente número.

El pueblo alemán es feliz sabiendo que una visión constantemente variable ha sido remplazado por una posición fija. Cualquiera que se considere portador de la mejor sangre y a sabiendas lo aprovecha para lograr el liderazgo, nunca lo abandonará. Hay

siempre una parte del pueblo que sobresale como luchadores realmente activos y mas se esperan de ellos que de millones de compatriotas camaradas de la población en general, para ellos no es simplemente suficiente poner la promesa: “Yo creo”, sino más bien la aseveración “Yo lucho”.

En el porvenir el partido será la fuente del liderazgo político para el pueblo alemán. Lo adoctrinará y, a la postre, organizara duro como el acero. Moldeable en sus estrategias y adaptable en su totalidad. Sera una escuela, como una orden santa hermandad para líderes políticos. Debe resaltarse, sin embargo que todos los alemanes honrados se convierten en Nacionalsocialistas, solo los mejores Nacionalsocialistas sin embargo, son Camaradas del Partido.

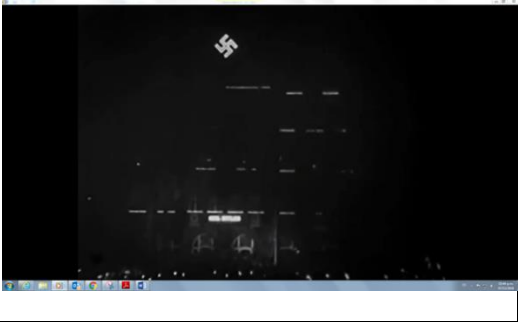
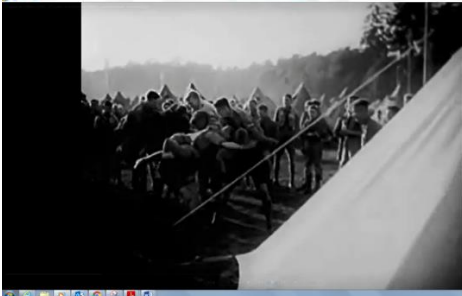
Una vez, nuestros enemigos nos inquietaron y persiguieron y, de vez en cuando, quitaron de en medio los elementos inferiores del movimiento por nosotros. Hoy debemos examinarnos y extirpar de entre nosotras filas los elementos que se han transformado en dañinos que por consiguiente, no tienen sitio con nosotros. Es nuestro deseo y nuestra voluntad que este estado y este imperio duren por mil años. Podemos estar felices de saber que este futuro nos pertenece enteramente.

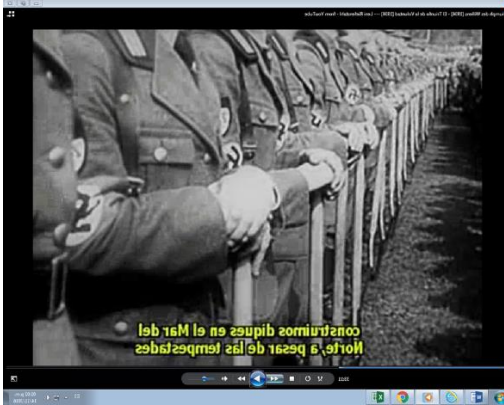
Cuando los mayores entre nosotros vacilen, la juventud se pondrá firme y se mantendrá hasta que sus cuerpos se corrompan. Solo luego, si nosotros en el partido con nuestra más dócil diligencia llegamos a ser la más alta encarnación del pensamiento nacionalsocialista entonces el partido se materializará como un eterno e indestructible pilar del pueblo alemán y del imperio. Entonces nuestro glorioso y admirable ejército veterano, orgulloso, portador del estandarte de nuestro pueblo que está igualmente dispuesto a la tradición defenderá el liderazgo político y al partido. Y entonces estas dos instituciones por igual moldearan el hombre alemán y, por ende, lo fortalecerá y cargara sobre sus hombros el estado alemán, el imperio alemán.

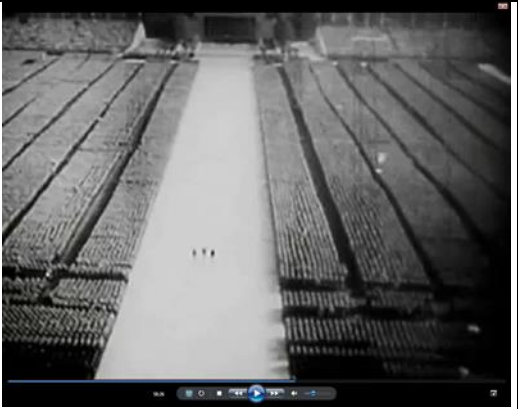
A estas horas, decenas de miles de nuestros camaradas del partido están partiendo ya de la ciudad mientras muchos de ellos reviven en sus memorias la concentración a pesar de todo otros ya planean la siguiente revista. Y otra vez el pueblo vendrá y acudirá y se fascinara nuevamente y dichoso y se motivara, por la idea y el movimiento se alimentara dentro de nuestro pueblo. Y con el movimiento ¡Esta el símbolo de la eternidad!
¡Larga vida al movimiento Nacionalsocialista! ¡Larga vida a Alemania!”

Estructura del Film

N° Secuencia	Tiempo	Descripción	Tipo de elemento encontrado	Captura de Pantalla 1	Captura de Pantalla 2
1	2:35 - 5:00	Hitler llega en su avión a Nuremberg, se aprecian las nubes, los techos de la ciudad y a los simpatizantes formados.	Captura 1: Plano general Captura 2: Ángulo Contrapicado		
2	5:01 - 10:20	Hitler es recibido por militantes y simpatizantes. El pueblo de Nuremberg le aclama, mientras se pueden apreciar banderas con símbolos nazis.	Captura 1: Plano busto Captura 2: Plano conjunto		

3	10:2 1- 12:4 5	Los militantes y simpatizantes esperan en las afueras del hotel donde se hospeda Hitler, mientras entonan cánticos.	Captura 1: Plano general Captura 2: Plano general		
4	12:4 6- 18:2 6	Las juventudes hitlerianas disfrutan del campamento, cada joven tiene una función especial. Se aprecian a niños y jóvenes felices trabajando en equipo.	Captura 1: Plano general Captura 2: Primer plano		
5	18:2 7- 31:1 0	El Frente obrero desfila con uniformes que forman parte de la historia de Alemania, Hitler saluda a los militantes con un discurso.	Captura 1: Plano conjunto Captura 2: Plano general/ Ángulo picado		

6	31:11-37:57	Hitler pasa revista al Frente Obrero, mientras estos presentan sus símbolos fusionados con la esvástica y se mantienen completamente ordenados.	Captura 1: Ángulo contrapicado Captura 2: Ángulo picado	 
7	37:54-40:46	El Frente Obrero acampa en la noche esperando a su líder, mientras un alto mando les saluda, y juntos vitorean "Sieg Heil"	Captura 1: Plano busto Captura 2: Ángulo picado / Plano general	 
8	40:47-50:13	Hitler brinda un discurso frente a al estadio olímpico Germ Stadium completamente lleno de juventudes Hitlerianas y alemanas.	Captura 1: Plano General/ Ángulo picado Captura 2: Plano busto	 

9	50:14-58:10	Hitler y otros altos mandos reúnen a los líderes políticos quienes llegaron al lugar marchando con banderas para poder escuchar las palabras del líder.	Captura 1: Ángulo contrapicado Captura 2: Plano general.	 y nos llevó a esforzarnos y engrandecernos.	
10	58:11-67:39	Los altos mandos del Nazismo junto a Hitler rinden homenaje a Paul Von Hindenburg, y el Fuhrer realiza otro discurso frente a la SS y a la SA.	Captura 1: Plano general / Ángulo picado Captura 2: Ángulo contrapicado.		 Éste permanece firme como este bloque de aquí y nada en Alemania podrá romperlo.
11	67:40-85:26	Hitler es vitoreado mientras pasa revista a las formaciones paramilitares	Captura 1: Ángulo contrapicado / Plano medio Captura 2: Ángulo picado		

12	86: 27- 100: 30	Hitler clausura la ceremonia con un emotivo discurso.	Captura 1: Ángulo contrapicad o Captura 2: Plano general / ángulo picado.		
----	--------------------------	--	---	--	---