



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 3º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

## La prensa en el tercer Reich: la información, prisionera del nazismo

**María C. Núñez García-Cuerva** ©

Coordinado por **Rosa Cal**

Universidad Complutense de Madrid (España)

En 1933, Hitler conseguía la ascensión al poder por vías totalmente legales; para ello se sirvió de las frustraciones de los alemanes para presentarse como el único capaz de reparar esas insatisfacciones. Pero pronto convertiría a la República en un régimen totalitario. Desde el punto de vista político, asumió todo el poder, acabó con la oposición (tanto la exterior como la del propio partido) y convirtió Alemania en un estado unitario y centralizado. En cuanto a la política social, se basó en el racismo o jerarquía de razas; los judíos fueron especialmente perseguidos. Para alcanzar este poder (y posteriormente mantenerlo), Hitler utilizó la información, a la que transformó en propaganda. Es así cómo la propaganda va a desempeñar un papel fundamental en el desarrollo y consolidación del nazismo (prueba de ello es que sólo unas semanas después de la ascensión de Hitler al gobierno se creaba el Ministerio de Propaganda, dirigido por Goebbels). La gran aportación del nazismo al campo comunicativo es que puso las bases de la propaganda moderna. Sus resultados hacen que se hable "de la sociedad alemana de los años 30 y 40 como de una sociedad hipnotizada" (1). Su finalidad era conseguir la identificación del partido con el estado, y, para ello, todos los medios de comunicación debían estar bajo el control estatal. También la prensa pasó a formar parte de ese orden propagandístico (aunque los periódicos siempre ocuparon un segundo plano con respecto a la palabra hablada). Welch habla de tres medidas para conseguir ese control y uniformidad de la prensa (2):

- La primera se refiere al control de los profesionales y de los propietarios; así muchos periodistas y editores, y con ellos sus periódicos, fueron apartados de la profesión (aunque periódicos liberales de gran reputación, como el Frankfurter Zeitung, se mantuvieron para dar apariencia de pluralidad).
- La segunda medida se refiere al contenido de la prensa, que se controló con directivas y las llamadas reglas de lenguaje. Las reglas de lenguaje eran "directrices contenidas en breves instrucciones diarias del Ministerio de Propaganda y transmitidas a todas las redacciones de periódicos del país. Tan pronto como cada director había asimilado dichas instrucciones, estaba obligado a destruir todo rastro de ellas y a firmar una declaración jurada en tal sentido" (3).
- Finalmente, la tercera medida consistió en que la casa editora del partido se fue haciendo progresivamente con la propiedad de la inmensa mayoría de la prensa alemana.

En este contexto cobran importancia la figura de dos personajes. Max Amann destaca sobre todo cómo el realizador de la última de estas medidas señaladas. Amann se sirvió del nazismo para construir el más grande imperio periodístico de la época (y de paso, para hacerse con una gran fortuna), y el nazismo se sirvió de Amann para controlar y homogeneizar la

prensa (y también para conseguir dinero con el monopolio periodístico del estado en manos de Amann). La principal aportación del segundo de los personajes, Wilhelm Weiss, consistió en que intentó aunar control y coerción (desde su puesto de presidente de la Asociación de Prensa) y calidad informativa (como director del Völkischer Beobachter).

## **1. MAX AMANN: LA PRENSA COMO UNA FACTORÍA DE GAS ENVENENADO**

En el Tercer Reich, Amann se convirtió en uno de los más poderosos y ricos lugartenientes de Hitler, en un hombre que sabía hacer buen uso de la inteligencia de sus ayudantes. Como jefe del Reich para la Prensa del Partido sólo tenía que responder ante Hitler, controlaba todos los periódicos del partido y era en 1939, en vísperas de la guerra, el jefe último de unos 3.000 directores, al menos 600 administradores y cerca de 8.000 empleados (4). Max Amann nació en Munich en 1891. Sirvió al ejército durante 5 años. Fue en él, concretamente durante la primera guerra mundial, donde conoció a Hitler (Amann fue su sargento mayor). Un reencuentro ocasional con él le llevó a entrar en el Partido Nazi en febrero de 1920. Desde entonces, se convirtió en un activo miembro del partido: aceptó el puesto de agente financiero (del partido y también del propio Hitler), participó en el "putsch" de la cervecería de Munich en 1923 y fue elegido representante del NSDAP en el ayuntamiento de Munich.

Pero, sobre todo, el peso de Amann como miembro del Partido Nazi se notó en el mundo de la prensa. Max Amann fue el gran magnate de la prensa durante el nazismo. ¿Cómo consiguió alcanzar esa posición? Primero, con la ayuda y apoyo del que era su amigo personal, Hitler; segundo, porque desempeñó numerosos cargos dentro de la organización nazi de la prensa (su gran poder e influencia en el campo de la prensa lo va a ejercer desde dos de estos cargos: la dirección de la Eher Verlag y la presidencia de la Cámara de la Prensa).

### **a. La Eher Verlag**

Desde 1922, Amann era el director de la Eher Verlag, la compañía editora del partido nazi, a la que convirtió en la gran empresa periodística de la Alemania del momento. Tenía [la Eher Verlag] media docena de corporaciones subsidiarias que controlaban 150 compañías editoras, unos treinta y cinco mil empleados y unos beneficios netos de alrededor de cien millones de marcos en sus mejores tiempos [...]. Editaba libros, publicaciones periódicas, revistas ilustradas y alrededor de veinte millones de diarios por Alemania y Europa. Ha sido descrita como la "factoría de gas envenenado" más grande del mundo (5).

Entre las principales propiedades de la Eher Verlag estaban el diario líder del partido, el Völkischer Beobachter, y conocidos periódicos como Der Angriff o el Schwarze Korps, el semanario de las S.S. Además, editaba libros; el departamento de libros había sido creado por Amann en 1923, y sus cuantiosas ganancias se debían a la publicación de lucrativos best-sellers, entre los que destacan "Mi lucha", de Hitler, y casi todos los libros de Goebbels.

### **b. La Cámara de la Prensa**

Con la llegada de Hitler al poder, además de dirigir la Eher Verlag, Amann pasó también a presidir la Cámara de la Prensa, órgano del nazismo para la dominación de la industria editorial. Esta cámara formaba, junto a otras seis, la Cámara de Cultura del Reich. El origen de la Cámara de Cultura estaba en una ley de 1933 que autorizaba al ministro de Propaganda a organizar en forma de corporaciones públicas las ramas del arte y de las profesiones culturales que dependían de su ministerio. Dependiente de la de Cultura, la cámara específica que se ocupaba del control de los periódicos era la Cámara de la Prensa.

Las tareas de la Cámara de la Prensa las señala Bramsted en la siguiente cita:

[la Cámara de Prensa] era un instrumento particularmente importante de control político sobre cualquiera que estuviera envuelto en la producción, funcionamiento y distribución de periódicos y otras publicaciones periódicas. El énfasis de este control era tal vez menos de la Cámara en sí misma que de las organizaciones profesionales bajo su tutela (6).

Estas asociaciones a las que se refiere Bramsted eran tres: la Asociación de Editores de Periódicos Alemanes (para editores), la Asociación de Prensa Alemana (tenía el registro oficial de editores y periodistas) y la Asociación del Reich para Editores Alemanes de Publicaciones Periódicas.

En resumen, el control estatal de la prensa estaba, como se puede ver, organizado en forma piramidal; en la cúspide se encontraba el ministerio de Goebbels; por debajo de él tenemos la Cámara de Cultura; por debajo de ésta, la Cámara de la Prensa, de la que a su vez dependían las tres organizaciones profesionales que acabamos de mencionar:

### **c. Creador del monopolio de prensa nazi y destructor del pluralismo editorial**

Amann tenía, como hemos visto, el apoyo incondicional de Hitler y la dirección de los dos grandes organismos para el control de la prensa del momento. No extraña, pues, que tuviera poder para realizar un gran número de importantes actividades dentro del mundo editorial; esas acciones iban dirigidas hacia dos objetivos: acabar con el pluralismo editorial en Alemania y construir un imperio monopolístico de la prensa en manos del partido nazi. Las acciones más importantes de Amann para alcanzar esos fines fueron cuatro: aunar propaganda y beneficio económico, sanear el *Völkischer Beobachter* y crear el *Illustrierte Beobachter*, centralizar la prensa nazi y construir un imperio monopolístico de la prensa. Veamos en qué consistieron concretamente cada una de estas medidas.

- Aunar propaganda y beneficio económico: Amann pretendía unir en su trabajo en la prensa el servicio al partido nazi (servicio que incluía el control de la prensa, propaganda, pero también ganar dinero) con el beneficio económico propio. De hecho, a Amann le preocupaba menos el contenido de los periódicos (proporcionado por la línea del partido), que las cuentas bancarias de éstos.
- Sanear el *Völkischer Beobachter* y crear el *Illustrierte Beobachter*: Amann consiguió convertir el *Völkischer Beobachter* (un periódico racista que el partido nazi había adquirido en 1920) en un auténtico órgano del partido y en un periódico financieramente independiente. Primero, lo convirtió en diario (en 1923) y luego lo levantó económicamente con los beneficios obtenidos con el departamento de libros de la Eher Verlag. Más tarde, su condición de periódico del partido (y, finalmente, del gobierno) le convirtió en un diario de gran tirada: fue el primer periódico alemán en alcanzar una circulación de un millón de ejemplares. En el siguiente cuadro se puede observar la evolución de su tirada:

#### **CIRCULACIÓN DEL VÖLKISCHER BEOBACHTER**

<b>AÑO</b>	<b>CIRCULACIÓN</b>
1925	4.000
1929	18.400
1930	39.600
1931	128.800
1932	116.200
1939	741.717
1941	1.192.542

En cuanto al semanario *Illustrierte Beobachter*, fue creado, por iniciativa de Amann, en 1926 para ser un nuevo órgano del partido.

- Centralizar y coordinar la prensa nazi: entre 1933 y 1934, el control y la administración de los periódicos regionales nazis pasaron a la Eher Verlag; Amann fue el encargado de llevar a cabo este traspaso. Las finalidades de esta centralización las señala Hale:

Evitar agudos problemas de control de la propiedad y de financiación, asegurar la uniformidad en políticas y prácticas y guiar de manera efectiva el desarrollo de la prensa del partido (7).

A todas estas razones hay que añadir otra, tal vez la más importante: contribuir a la creación de un monopolio de la prensa en manos de Amann.

Así, Amann estructuró la prensa regional. En cada estado existía una editorial de la que dependían todos los periódicos del partido; las editoriales de todos estos estados se agrupaban en una compañía que las financiaba y administraba; ésta, a su vez, dependía de la Eher Verlag (vuelve pues a aparecer la estructura piramidal que tanto utilizaron los nazis).

- Construir un imperio monopolístico de la prensa: La mayor ambición de Amann era establecer un monopolio periodístico.

Para conseguirlo, llevó a cabo la antes mencionada centralización de la prensa nazi regional. También se deshizo de un importante número de periódicos no afines; los amplios poderes que Hitler le había concedido y sus actividades desde cargos relacionados con el mundo de la prensa le permitieron privar a 1.473 editores de sus derechos como tales; de este modo Amann "redujo el número de periódicos alemanes de 4.703 en 1932 a 977 a finales de 1944" (8) (previamente, ya en 1933, el partido nazi había eliminado la prensa comunista y socialista).

Además, Amann construyó su imperio periodístico comprando un gran número de periódicos no nazis. Una de sus primeras adquisiciones (en 1934) fue la de la firma Ullstein, la más grande casa editorial de la Alemania del momento. También acabó comprando la editorial de Hugenberg, un industrial metido a propietario multimedia que había contribuido notablemente con sus medios de comunicación al ascenso de Hitler al poder. Pero el imperio de Amann no terminó ahí; adquirió gran número de periódicos neutrales y apolíticos (a los que se conocía como Generalanzeiger), la mayor parte de la prensa del Partido Católico del Centro y otros periódicos confesionales y gran número de periódicos políticos no confesionales. Para cada uno de estos grupos de periódicos, Amann creaba compañías editoras que los controlaban; a su vez, estas editoriales dependían de la Eher Verlag (nuevamente, una estructura piramidal). Esta organización queda reflejada en el siguiente cuadro:

### EHER VERLAG

<b>Standarte Verlag</b>	<b>Herold Verlag</b>	<b>Metropress</b>	<b>Europa Verlag</b>	Editoriales directamente administradas
72 compañías editoras y firmas subsidiarias de la prensa regional nazi	Para periódicos políticos	11 compañías de distribución en países europeos	27 periódicos alemanes en las zonas ocupadas	
	<b>Vera Concern</b>	<b>Phoenix Concern</b>		
	Agrupa las compañías de la prensa Generalanzeiger, apolítica y neutral.	Agrupa las compañías de la prensa confesional adquiridas por el partido nazi.		

Es así, con todas estas actuaciones, cómo Amann se convirtió en el gran magnate de la prensa de la Alemania nazi.

## 2. WILHELM WEISS: EL PERIODISTA DEL NAZISMO

Como director del órgano oficial del partido, más tarde el más grande periódico del Reich, Weiss se convirtió en una figura líder del periodismo alemán [...]. En 1934, Goebbels nombró a Weiss cabeza de la Asociación de Prensa Alemana del Reich, la agencia nazi de control y coerción de la profesión periodística (9). Wilhelm Weiss nació en Baviera en 1892. Sirvió en la primera guerra mundial y llegó a alcanzar el grado de capitán. Durante la contienda fue herido de gravedad y sufrió la amputación de su pierna izquierda; fue entonces enviado a la Oficina de Tropas del Ministerio de Guerra bávaro, donde empezó a escribir comentarios militares para el departamento de prensa. Tras la guerra, se fue uniendo a las distintas organizaciones paramilitares y de veteranos que florecían en Munich y Baviera, pero progresivamente se fue separando de ellas y desarrolló sus contactos con el Nacional Socialismo; llegó a convertirse en un importante militante y obtuvo además numerosos honores del partido (la Cruz de Servicio, entre otras).

En lo que se refiere a su labor como periodista, su trabajo para la prensa diaria comenzó con sus contribuciones al Bayerische Staatszeitung. En 1922 editó el Heimatlandbriefe, "en el que denunciaba el marxismo, el judaísmo y el catolicismo político". Pero su principal trabajo como periodista lo desarrolló en el seno de la Eher Verlag, la casa editora del Partido Nazi: fue director de una de sus publicaciones de carácter antisemita (Brennessel), fue el organizador y editor del Servicio de Correspondencia del Partido Nazi y trabajó en el equipo editorial del Völkischer Beobachter. Sus principales cargos dentro del mundo de la prensa también van a estar vinculados con la Eher Verlag y el mundo nazi: Weiss fue director del Völkischer Beobachter y Presidente de la Asociación de Prensa del Reich. Veamos en qué consistieron sus actividades dentro de estos dos cargos.

### a. Wilhelm Weiss como director del Völkischer Beobachter: propaganda y calidad periodística

La figura de Weiss es inseparable de la del Völkischer Beobachter, periódico que se convirtió en el auténtico órgano del partido.

En enero de 1927, Weiss se unió al equipo del periódico, y ya desde entonces mucha de la rutina diaria de la edición se colocó en sus manos; pronto fue ascendido a subdirector y en 1938 se convirtió en director. Como director, Weiss realizaba las funciones propias de tal cargo: llevaba los temas del personal, de la política y del servicio de noticias (tanto extranjeras como nacionales). Pero, además de esto, Weiss intentó ir introduciendo de forma progresiva cambios en el contenido y calidad del diario. Hasta 1933, pocos esfuerzos y poco dinero se dedicaban al desarrollo de las noticias y de los servicios de información del diario; medidas políticas del partido eran la causa de ello, y las escasas aportaciones se dedicaban a conseguir cada vez más adeptos al partido, en lugar de mejorar la calidad de la publicación. Cuando el partido llegó al poder en 1933, el Völkischer Beobachter concluyó esa misión original como órgano de combate y arma política. Weiss intentó entonces convertirlo en un periódico informativo, en un periódico "de verdad". Para conseguirlo, ensanchó sus intereses y ofertas, mejoró el equipo de periodistas y extendió su cobertura y el servicio de noticias. Sin embargo, este intento de Weiss de hacer del periódico un órgano informativo no llegó a triunfar por tres razones. La primera fue la oposición de Max Amann; Weiss llegó a tener algunos problemas con él, como cuando el director intentó tener corresponsales fijos en las distintas capitales europeas, algo que el dueño le impidió. La segunda razón del fracaso de Weiss está en que los dirigentes del partido impidieron que el periódico abandonara el lenguaje propagandístico y panfletario tras 1933. Finalmente, como tercera causa, está la II guerra mundial, una guerra que trajo consigo nuevas restricciones y dificultades que hicieron imposible la publicación de un periódico informativo en Alemania.

### b. Wilhelm Weiss como presidente de la Asociación de Prensa Alemana: control de la profesión

Si el trabajo de Weiss en el Völkischer Beobachter se caracterizó por un cierto carácter reformador (intentar hacer del periódico un órgano informativo), su labor en la Asociación de Prensa Alemana consistió en imbuir a todos sus miembros de un fuerte nacional socialismo y en "educar a una nueva generación de jóvenes periodistas en las estrictas líneas del partido" (10). ¿Qué era esta asociación?. Era un órgano dependiente de la Cámara de Prensa. Entre sus funciones, destacan las siguientes:

- Su principal función era llevar el registro oficial de periodistas acreditados. Se hizo obligatorio inscribirse en la sociedad para ejercer la profesión porque el trabajo del periodista fue declarado una función pública y, por lo tanto, digna de unas rígidas condiciones para su ejercicio. En definitiva, los periodistas se convirtieron en una especie de funcionarios del estado al ser sometidos al control de la asociación.
  - La purga de periodistas judíos y marxistas.

- Tenía autoridad para establecer condiciones de admisión, mantener estándares de la conducta profesional, castigar a los miembros que incumplieran las leyes (para ello se organizó un sistema de tribunales profesionales) y representar los intereses de los profesionales.

La asociación tenía apariencia de autogobierno en el desarrollo de esas funciones. Pero, en realidad, no era un cuerpo tan independiente como podía parecer: el ministro de Propaganda nombraba al presidente de la Asociación y a los miembros de los tribunales profesionales, tenía derecho a veto sobre las admisiones y podía también expulsar de la organización a quien quisiera si era "en interés público".

En definitiva, la Asociación de Prensa del Reich no era otra cosa que una agencia de coerción y control de los periodistas. Y su máxima figura y representante era Weiss. Así, como presidente de este organismo, su función era la de controlar y homogeneizar la prensa alemana en beneficio del nazismo. La mayoría de sus discursos iban dirigidos en ese sentido. Así, en 1934, en la conferencia anual de la asociación de periodistas Amann expresó su idea de lo que debía ser el periodismo:

La prensa, en el viejo sentido liberal del término, ha muerto y nunca volverá a la vida. Debe permanecer muerta porque el espíritu de aquella época está también muerto. El periodismo hoy no es ya un negocio de clase media, y aquellos que en su interior permanecen ajenos no serán animados por nosotros a vestir sus novatas almas con las prendas nacional-socialistas. No podemos utilizar a estas personas en el futuro en la prensa alemana porque a la primera prueba moral e intelectual fallarían. La prensa alemana está muerta, larga vida a la prensa alemana (11).

Un año más tarde, en una conferencia en Colonia, definió lo que debía ser el director de periódico y el periodista en general:

Weiss enfatizó que el verdadero director nacional socialista no era nunca sólo un periodista, sino siempre también un propagandista. Con frecuencia debería ser un periodista, un orador y un soldado, todo en uno. El objetivo era formar a un nuevo tipo de periodista que "apoyara firmemente al nuevo Reich y a su führer, no porque tuviera que hacerlo, sino porque deseaba hacerlo (12).

Se trata, como se puede ver, de definiciones que denotan una idea de la prensa como un instrumento en manos del gobierno y una idea de los periodistas como especie de funcionarios públicos.

En conclusión, las actuaciones de Weiss en estos dos ámbitos (la dirección del *Völkischer Beobachter* y la presidencia de la Asociación de Prensa Alemana) le convierten en una de las figuras clave del periodismo nazi.

### **3. PARA TERMINAR...**

Como hemos visto a lo largo de estas páginas, una de las claves del triunfo y mantenimiento del nazismo fue la propaganda (sería exagerado citarla como la causa única, porque, sólo cuando se unieron las condiciones objetivas, como la crisis económica, y los medios, es decir, el dinero, se produjo el gran salto de Hitler). La Alemania nazi supo utilizar la propaganda atendiendo a una planificación y estrategia definida, y es eso lo que convierte a este país en el fundador de la propaganda política moderna. La finalidad de esta propaganda no era otra que convencer a los alemanes de la bondad de los actos y decisiones nacional-socialistas y crear la concordancia entre gobierno y pueblo. Para ello, los propagandistas utilizaron los medios de comunicación, en especial los nuevos (radio, cine, etc.), pero tampoco olvidaron la prensa. Para el nazismo, la prensa no sólo debía informar, sino también instruir. Eso la convertía en un instrumento al servicio del gobierno. Y era eso también lo que hacía de ella un medio susceptible de control por el estado. Hemos ido viendo cómo ese control se fue tomando de manera progresiva, no repentina. También hemos analizado en qué consistían esas formas de dominación de los periódicos: eliminación de gran número de ellos, directivas y reglas para dirigir su contenido, unos periodistas convertidos en una especie de funcionarios públicos sujetos a obediencias y lealtades con el gobierno y la creación de un casi monopolio en manos del partido. Así, con este control rígido, se redujo el número de periódicos, el número de lectores (como consecuencia de la pérdida de credibilidad de la prensa) y también se socavó la calidad de la prensa. En definitiva, la prensa alemana retrocedió tanto cualitativa como cuantitativamente durante el Tercer Reich. Estas pérdidas de la prensa fueron útiles al nazismo (conseguir homogeneidad y control) y para algunos de sus líderes, que se enriquecieron notablemente. Este es el caso de Max Amann, la figura dominante en las empresas editoras del Partido Nazi y artífice de la última medida que hemos mencionado antes para el control de la prensa: la creación de un monopolio periodístico nazi. Aunque Amann desconocía el negocio del periodismo, lo fue aprendiendo con la experiencia. Y lo aprendió muy bien: convirtió al *Völkischer Beobachter* en un periódico saneado económicamente y con una gran tirada, fundó y desarrolló el departamento de libros de la editorial y, a partir de 1933, era la fuerza conductora del monopolio del partido en la publicación de periódicos. Su gran

éxito residió en que con su labor combinó propaganda con ganancia económica. Fue así cómo Amann se convirtió en el gran magnate de la prensa alemana durante el Tercer Reich.

Tampoco podemos olvidar a Wilhelm Weiss, una de las grandes figuras de la prensa nazi. Este personaje se define fundamentalmente por su ambivalencia: controlador de la profesión por un lado, deseoso de una prensa de calidad e informativa por otro lado (dos cosas que parecían incompatibles). Sin embargo, sus intentos de aunar coerción y calidad informativa chocaron con el rígido control de contenidos impuesto por los líderes nazis. Así se impidió que el *Völkischer Beobachter* llegara a convertirse en un auténtico órgano informativo de nazismo.

#### Bibliografía y hemerografía

- Berliner Illustrirte Zeitung.- Berlín, número 20, 16/5/1940.
- BORDERÍA ORTIZ, Enric y otros: Historia de la comunicación social. Voces, registros y conciencias.- Madrid: Síntesis, 1996.
- BRAMSTED, Ernest K.: Goebbels and national Socialist Propaganda 1925-1945.-Michigan: Michigan State University Press, 1965.
  - CAÑABETE PÉREZ, Antonio y otros: Historia del mundo contemporáneo.- Madrid: Editorial Bruño, 1995.
    - GRUNBERGER, Richard: Historia social del Tercer Reich.- Barcelona: Destino, 1976.
    - HALE, Oron J.: The captive press in the Third Reich.- Princeton: Princeton Paperbacks, 1973.
- PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: Historia de la propaganda. Notas para un estudio de la propaganda política y de guerra.- Madrid: Eudema, 1993.
- PIZARROSO QUINTERO, Alejandro y otros: Historia de la prensa.- Madrid: Fundación Ramón Areces, 1994.
  - Reich, Das.- Berlín, número 39, 27/09/1942.
- SHIRER, William L.: Auge y caída del Tercer Reich. Una historia de la Alemania nazi.- Barcelona: Luis de Caralt Editores, 1962.
  - Völkischer Beobachter.- Berlín, número 18, 18/01/1938.
    - Völkischer Beobachter.- Berlín, 27/09/1938.
  - Völkischer Beobachter.- Berlín, número 314, 10/10/1939.
- WELCH, David: The Third Reich. Politics and propaganda.- London: Routledge, 1993.
  - ZEMAN, Z. A. B.: Nazi propaganda.- Oxford: Oxford University Press, 1973.

#### Notas

- (1) BORDERÍA ORTIZ, Enric y otros: Historia de la comunicación social. Voces, registros y conciencias.- Madrid: Síntesis, 1996, pág. 363.
- (2) WELCH, David: The Third Reich. Politics and propaganda.- London: Routledge, 1993.
- (3) GRUNBERGER, Richard: Historia social del Tercer Reich.- Barcelona: Destino, 1976, pág. 417.
- (4) BRAMSTED, Ernest K.: Goebbels and National Socialist Propaganda 1925-1945.-Michigan: Michigan State University Press, 1965, pág. 111.
- (5) HALE, Oron J.: The captive press in the Third Reich.- Princeton: Princeton Paperbacks, 1973, pág. 16.
- (6) BRAMSTED, Ernest K.: Op. Cit., pág. 83-84.
- (7) HALE: Op. Cit., pág. 97.
- (8) BRAMSTED, Ernest K.: Op. Cit., pág. 84.
- (9) HALE, Oron J.: Op. cit., pág. 34.
- (10) BRAMSTED, Ernest K.: Op. Cit., pág. 85.
- (11) WEISS en HALE, Oron J.: Op. cit., pág. 36. (12) BRAMSTED, Ernest K.: Op. Cit., pág. 85.

#### FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Núñez García-Cuerva, María C. (2000): La prensa en el tercer Reich: la información, prisionera del nazismo. Revista Latina de Comunicación Social, 34. Recuperado el x de xxxx de 200x de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w34oc/50cal.htm>