

Historia y comunicación social

ISSN: 1137-0734

<http://dx.doi.org/10.5209/hics.69242>

Nazismo en pequeñas dosis: Folletos de Propaganda impresa pro-nazi circulando en Colombia, 1937-1940

Julián Andrés Lázaro¹

Recibido el: 26 de enero de 2018. / Aceptado: 17 de julio de 2019.

Resumen. El presente trabajo expone algunas de las características de la propaganda impresa pro-nazi circulando en Colombia entre 1937 y 1940, a través del análisis de un conjunto de folletos que permite identificar aspectos como las temáticas abordadas, los recursos gráficos y de contenido utilizados y los lugares de generación de los impresos, todos ellos entendidos como expresiones y recursos de una estrategia de uso de medios de comunicación para construir imaginarios positivos sobre el régimen nazi, especialmente en tiempos de fuertes cuestionamientos a su política exterior y de tensiones políticas internacionales.

Palabras clave: Nacionalsocialismo; Propaganda; Colombia; Segunda Guerra Mundial; Política Internacional.

[en] Nazism in small doses: Pro-Nazi printed propaganda brochures circulating in Colombia, 1937-1940.

Abstract. This paper exposes some of the characteristics of the pro-Nazi printed propaganda circulating in Colombia between 1937 and 1940, through the analysis of a set of brochures that allows identifying aspects such as the topics addressed, the graphic and content resources used as well as the Places of generation of the printed, all understood as expressions and resources of a strategy of using media to build positive imaginaries about the Nazi regime, especially in times of strong questioning to its foreign policy and international political tensions.

Keywords: Nationalsocialism; Propaganda; Colombia; Second World War; International Policy.

Sumario: Introducción. 1. La propaganda nazi en Colombia. 2. Propaganda pro-nazi no alemana. 3. El uso de imágenes en la propaganda pro-nazi. Conclusión. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Andrés Lázaro, J. (2020) Nazismo en pequeñas dosis: Folletos de Propaganda impresa pro-nazi circulando en Colombia, 1937-1940, *Historia y comunicación social* 25(1), 251-264.

Introducción

Algunos años antes y durante los primeros momentos de la segunda guerra mundial circuló en Colombia un conjunto de recursos propagandísticos en la forma de folletos, publicaciones periódicas y otros documentos impresos, cuyo principal propósito fue construir una imagen favorable de la Alemania nazi entre la opinión pública colombiana. A las permanentes secciones de noticias positivas sobre el régimen nacionalsocialista que se publicaban en periódicos colombianos políticamente afines a los fascismos europeos (Lázaro, 2010: 173-177), se sumó una buena cantidad de impresos que justificaban y explicaban, de acuerdo con la perspectiva nazi, las acciones de marcado carácter expansionista que el *Reich* había iniciado y que desembocarían en el estallido del segundo gran conflicto mundial del siglo XX.

Para los nazis la propaganda fue un recurso de uso constante en los diferentes momentos y etapas por las que atravesó el movimiento convertido luego en régimen de gobierno. Ya Hitler en su libro *Mi Lucha* dedicó un capítulo a la propaganda en el que, entre otras cosas, hacía referencia a las diferencias fundamentales entre la propaganda aliada y la propaganda alemana durante la primera guerra mundial (Hitler, 1974: 55). Nada más llegar al poder en el año de 1933, se creó el Ministerio del Reich para la Ilustración Popular y la Propaganda, dirigido por Joseph Goebbels, a partir del cual se pasó a controlar todo lo concerniente a medios

¹ Instituto Internacional de Estudios del Caribe, Universidad de Cartagena.
julianandreslazar@gmail.com

de comunicación en Alemania (Pineda, 2007: 153); y la consolidación del régimen nazi durante el resto de la década de 1930 se dio en buena medida a partir de la sistematización del uso de la propaganda, lo que para De Moragas (1985: 11-12) constituyó un momento particularmente significativo en el ámbito de la política moderna y su relación con los medios de comunicación.

Para el caso específico de Colombia, la propaganda en favor del régimen nazi circuló en un contexto de polarización al que podemos considerar como típico del escenario político colombiano, en el que los dos partidos políticos tradicionales, el Liberal y el Conservador, se encontraban en posiciones abiertamente opuestas, irreconciliables incluso para algunas facciones al interior de ambos colectivos, pero ahora con el agravante de que las tensiones políticas internacionales, las disputas entre democracia y fascismos, habían encontrado en el país asidero y formas de expresión, con lo que la política nacional en cierta medida reflejó las disputas ideológicas internacionales de la época.

Gobernaba el país desde 1930 el Partido Liberal, al que ejercía una férrea oposición el Partido Conservador, cada uno de ellos evidenciando, por lo menos en algunos de los grupos que los integraban, una clara inclinación por las potencias enfrentadas en la arena política internacional. Así, al Gobierno de los liberales se le asociaba con las democracias, el mismo presidente Eduardo Santos era un francófilo que había estudiado en París, y la orientación ideológica del colectivo liberal los hacía naturalmente simpatizantes de aquellos países declarados abiertamente defensores de los valores democráticos (Bushnell, 1984: 34-38). Por otro lado, un político conservador de los más representativos como Laureano Gómez, crítico radical del gobierno, evidenciaba cuando menos simpatía por Hitler y Mussolini, y en mayor medida por Franco (Rivera, 2003: 31-40). Diarios nacionales de propiedad de o cercanía con algunos políticos conservadores, como *El Siglo*, del mencionado Laureano Gómez, y *La Prensa*, editado en la ciudad portuaria de Barranquilla, servían en muchas ocasiones de cajas de resonancia de los regímenes fascistas europeos, bien a través de la línea editorial de dichos diarios, bien a través de secciones completas que publicaban noticias favorables u originadas por las dictaduras a través de sus agencias de prensa (Castrillón, 2012: 117-125). En oposición a ellos, diarios de tendencia liberal, como *El Tiempo*, no escatimaban esfuerzos en mostrar los excesos de los gobiernos totalitarios en Europa.

De esta manera, la propaganda nacionalsocialista que llegaba hasta Colombia entraba a circular en un campo en el que se enfrentaba con otras versiones de los hechos. Se configuraba entonces un escenario de disputa por la construcción e imposición de unos imaginarios, una extensión de los conflictos políticos internacionales de la década de los treinta que tuvieron en Colombia un espacio que, aunque en una menor escala, no deja de ser representativo del panorama general.

La temática desarrollada en este artículo constituye una novedad en materia de investigación historiográfica, puesto que no es posible hasta el momento encontrar trabajos que se ocupen de manera específica de la circulación de propaganda nazi en Colombia. Sobre esto último se aportan apenas algunas referencias en textos de carácter periodístico, más específicamente en el trabajo de Gálviz y Donadio (1985: 185-211), *Colombia nazi*, y en otras publicaciones y artículos que de manera tangencial tocan el tema del impacto de la segunda guerra mundial en Colombia.

Los insumos para el análisis cuyos resultados se exponen en este documento se encontraron en el Archivo General de la Nación, en la ciudad de Bogotá, más específicamente entre la documentación generada y recibida por el Ministerio de Relaciones Exteriores. Así, se logró identificar un conjunto de impresos que habían circulado en Colombia entre finales de la década de 1930 y los primeros momentos de la de 1940, todos ellos ejemplos de lo que se podría denominar propaganda impresa, en su mayoría folletos de corta y mediana extensión (de unas ocho a doce páginas en promedio, aunque hubo algunos más extensos) y que llevaron a la formulación inicial de algunos interrogantes, entre ellos: ¿Qué características presentaba la propaganda pro-nazi en Colombia? ¿Qué temáticas abordaba dicha propaganda? ¿Qué propósitos tenía la difusión de contenidos que contribuían con la construcción de una imagen positiva del régimen nazi? Las respuestas a estas preguntas no son simples, puesto que demandan un estudio sistemático y en profundidad del fenómeno de la propaganda nazi y sus formas de expresión en Colombia, un estudio en el que además se pongan a dialogar y a discutir muchas más fuentes documentales, sin embargo el análisis desarrollado en este trabajo permite dar los primeros pasos y obtener respuestas iniciales que aportan un conocimiento que no por ser parcial es poco valioso, sobre todo en un tema hasta ahora no explorado en la historiografía colombiana.

Un primer grupo de folletos, cuya revisión de algunos casos se presenta en el primer apartado, fue llamado para efectos metodológicos simplemente como *propaganda nazi*. Su lugar de proveniencia no se hace explícito, pero algunas características de los textos parecen indicar un origen oficial, es decir, generadas desde un organismo del gobierno encargado de su divulgación, por lo que su procedencia, por lo menos de manera parcial, podría ser el mismo *Reich*.

Un segundo grupo de documentos, de entre los cuales se toman algunos ejemplares para analizar en el segundo apartado, lo integran impresos cuyo origen es distinto al *Reich*, elaborados en países como España, Guatemala e incluso Colombia, y que se orientan en la misma línea de acción de los anteriores, es decir, de trabajo en la construcción de una imagen positiva del régimen nacionalsocialista y justificativos de sus acciones en política exterior.

Un tercer grupo está integrado por publicaciones en las que el elemento de la imagen es preponderante, se impone sobre el texto y lo condiciona a ser un complemento del mensaje que se transmite principalmente a través de historias gráficas, caricaturas y otras formas de ese estilo. El tercer apartado del trabajo se ocupa de este tipo de impresos que tienen en lo visual su principal recurso de explicación.

1. La propaganda nazi en Colombia

La propaganda nacionalsocialista circulaba en Colombia poco antes y durante los primeros meses de la guerra a través de distintos medios impresos, entre ellos folletos, pequeñas revistas o volantes. Además del *Karibischer Beobachter* (publicación en idioma alemán y, por lo mismo, orientada a un público específico de inmigrantes alemanes en Colombia), de los boletines de prensa puestos en circulación por parte de la Legación alemana en Bogotá² y de las noticias publicadas en diarios regionales, específicamente en sus secciones alimentadas con contenidos de la agencia de prensa alemana *Transocean*, existían folletos de diferente tipo y que se ocupaban de los más distintos temas (Lázaro, 2017: 70-80). El diario norteamericano *The New York Times* alertaba a mediados de 1940 acerca de la circulación de esas publicaciones, a las que consideraba un riesgo por la aceptación que podían llegar a tener en ciertos círculos sociales:

The propaganda is distributed widely through the Conservative party, which are in opposition to the Liberal Government. Pamphlets are sent to student, labor and employee associations, schools, clubs and other organizations and over the radio. Much insidious work is done by Word of mouth at parties in private homes, restaurants and cabarets, among army officers and government employees.³

Algunas de estas publicaciones, de procedencia no muy clara, estaban documentadas con suficiencia acerca de la política nazi y los sucesos que se iban desarrollando en Alemania; y además recurrían a la reproducción parcial de discursos de los líderes nazis como una forma de difundir sus ideas, lógicamente desde la perspectiva de la propaganda y con el propósito de generar un efecto de opinión positivo. Un ejemplo de lo anterior se puede encontrar en un folleto que circuló en varias ciudades colombianas a mediados de 1937 y que contenía el discurso de Hitler pronunciado ante el Parlamento alemán el día 30 de enero de ese mismo año, cuando los nazis conmemoraban el cuarto aniversario de su llegada al poder. El fragmento citado del discurso de Hitler apunta precisamente a remarcar la importancia del Nacionalsocialismo en la implementación de las profundas transformaciones que demandaba Alemania para salir de la situación en que se encontraba luego de la Primera Guerra Mundial y las crisis de los años veinte:

Una transformación y una reorganización revolucionaria de esa naturaleza no es concebible en los sostenedores y representantes más o menos responsables del antiguo estado de cosas y por consiguiente tampoco en las organizaciones políticas de la anterior vida constitucional, ni se consigue participando en esas instituciones sino únicamente mediante la creación y la lucha en un nuevo movimiento político cuyo objetivo y finalidad sean la necesaria reforma de la vida política, cultural y económica.⁴

La diferenciación con respecto a los gobiernos de la República de Weimar fue un lugar común en los discursos nazis, tanto hablados como escritos, y en todo momento se hacía referencia a través de los contenidos generados y circulando en Colombia en que la llegada del Nacionalsocialismo al poder había significado una profunda transformación para bien de la vida de la nación alemana en sus diferentes ámbitos.

A los mensajes orientados a resaltar la singularidad positiva del régimen nazi se sumaban, en los primeros momentos de la segunda guerra mundial y en el marco ya de la propaganda bélica, los contenidos que en supuesta procura de explicar los motivos del conflicto constituían realmente una acusación, un señalamiento directo que recaía sobre los enemigos de Alemania, siendo Inglaterra uno de los principales objetivos. Circuló en Colombia entre finales de 1939 y principios de 1940 un folleto que contenía el discurso de Hitler pronunciado en la simbólica cervecería *Bürgerbraukeller*, de Múnich, en el que se revelaban los motivos de la guerra que ya se encontraba en marcha y que tenía, según el contenido reproducido en el folleto, a Inglaterra como el principal responsable debido a su política imperialista.⁵

² Una buena cantidad de estos boletines se puede encontrar en el Archivo del Ministerio de Relaciones Exteriores, que conserva el Archivo General de la Nación, en Bogotá. La referencia de uno de los repositorios de dicha documentación es: A.G.N., A. M. R. E., Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero.

³ Porter, R. (1940), "German Propaganda in Colombia Seen as a Winning Conservatives", en *The New York Times*, August 17, 1940. AGN, MRE., Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero, folio 78.

⁴ Discurso del Führer y Canciller Adolfo Hitler ante el Reichstag el 30 de enero de 1937 (1937), AGN, AMRE, Diplomática y Consular, Caja 23, Carpeta 184: Propaganda Actividades Nazis, 1937-1940, Enero, folio 8.

⁵ Discurso pronunciado por Adolfo Hitler el 8 de noviembre de 1939 en la *Bürgerbräukeller* en la fiesta conmemorativa de los antiguos combatientes (1939), Archivo General de la Nación (AGN), Ministerio Relaciones Exteriores (MRE), Diplomática y Consular, Caja 23, Carpeta 183: Propaganda Actividades Nazis, 1938-1940, Enero, folio 10.

En el discurso Hitler recurre a otro de los lugares comunes de la retórica nacionalsocialista, como lo es la versión de la “puñalada por la espalda”, con la que el alto mando alemán de la primera guerra mundial evadió responsabilidades en la derrota de los ejércitos alemanes al afirmar que estos habían sido traicionados por los políticos, quienes habían firmado una paz humillante para Alemania:

Todos nosotros –los que entonces fuimos soldados- sabemos que los ingleses y los franceses no nos vencieron en el campo de batalla. Hubo necesidad de una gran mentira para arrebatar las armas a nuestro pueblo.⁶

A la publicación de los discursos de Hitler le acompañó una serie de boletines relacionados con los sucesos de la guerra en los que el gobierno alemán describía la situación en términos favorables a su causa. Prácticamente cada acción bélica era justificada a partir de una presunta agresión previa por parte de los aliados, los cuales “Contrariamente al sincero deseo del pueblo alemán y de su Gobierno [...] han declarado la guerra...”⁷.

La movilización de tropas a la península escandinava por parte de la Alemania nazi fue presentada en estos comunicados como productos de “La violación de la neutralidad noruega consumada [...] por los aliados”, que se explica, según se comenta, a la luz de un plan mucho más ambicioso que buscaba “la ocupación de toda Escandinavia, es decir, Dinamarca, Noruega y Suecia”⁸, todo ello orientado a cortar los suministros de recursos suecos, como los metales, que requería el ejército alemán. De esta manera quedaba denunciado ante el público lector la presunta estrategia aliada y de paso se justificaban las acciones llevadas a cabo por tropas alemanas en el norte de Europa, principalmente el llamado “Ejercicio Wesser”, la invasión de Noruega y Dinamarca, efectuado en los días en que se publicó el comunicado citado.

En la misma línea aparecen los contenidos relacionados con las acciones de los ejércitos alemanes en Holanda y Bélgica, también en el primer semestre de 1940. Un artículo dentro del mismo folleto impreso llevaba por título “Holanda y Bélgica no cumplieron con sus Deberes de Neutralidad”, y el subtítulo sintetiza bastante bien el carácter justificativo del texto: “La acción emprendida contra ellas [Holanda y Bélgica] y Luxemburgo por el *Reich* es consecuencia de su parcialidad favorable a los aliados”⁹.

Para el caso de estos documentos, como se hizo referencia en la introducción, no es posible afirmar de manera categórica su procedencia, puesto que no presentan un lugar de edición, sin embargo están constituidos por contenidos cuya información se encontraba más cercana a la que difundía el Partido Nazi (los discursos de Hitler) y a la que ponían en circulación los representantes oficiales del *Reich* (boletines oficiales, partes de guerra, entre otros), por lo que no es ilógico suponer que su origen, por lo menos en lo que a contenidos se refiere, puede ser el mismo *Reich*.

2. Propaganda pro-nazi no alemana

Los documentos mencionados en el apartado anterior no eran los únicos circulando en Colombia. Existían otros que eran elaborados en lugares plenamente identificados y distintos de Alemania, entre ellos España, Guatemala y Colombia, con autor individual o colectivo, y que se ajustaban plenamente al evidente propósito de construir una imagen positiva del régimen de Hitler.

Un caso bastante interesante de propaganda pro-nazi no originada en Alemania lo constituye un trabajo editado en formato de revista que circuló en Colombia desde finales de 1939, cuando fue publicado en Madrid para ser difundido en España y en América Latina, y que se titulaba “La Paz que quiere Hitler”¹⁰. El texto, de 49 páginas, fue escrito por el poeta y propagandista español Federico González Navarro, conocido como Federico de Urrutia, quien desde 1933 se había afiliado a la Falange y era un abierto defensor del Nacionalsocialismo (Gijón, 2011: 65-66).

El escrito de Urrutia llegó a Colombia y circuló principalmente en grupos de colombianos simpatizantes de los fascismos europeos, y entre alemanes adeptos del Nacionalsocialismo, como un recurso de propaganda del régimen de Hitler que servía para justificar la acción alemana sobre Polonia que dio inicio a la Segunda Guerra Mundial.

⁶ Ibid.

⁷ Los Acontecimientos en el Norte de Europa (1940), AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero, folio 11, p. 1

⁸ Ibid., p.2.

⁹ Ibid., p.4.

¹⁰ De Urrutia, F. (1939), *La paz que quiere Hitler*. AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 23, Carpeta 184: Propaganda Actividades Nazis, 1937-1940, Enero, Folio 2.



Figura 1. Portada del texto de De Urrutia. (De Urrutia, 1939).

Desde las primeras páginas el autor declara sus expectativas con respecto a la guerra. Lo hace evidente nada más iniciar el texto, en la segunda página, donde justo debajo del título afirma: “Escrito por Federico de Urrutía, en el Año de la Victoria”¹¹. La siguiente página de ese mismo documento es una dedicatoria “Al Führer, Canciller del Gran Reich, Adolf Hitler, unidos mis votos al de toda la Alemania Nacionalsocialista, por una Paz mundial, justa, honrosa y duradera”¹².

El trabajo se encuentra dividido en una serie de breves entradas que el autor define como capítulos, un total de once, en las que se explica desde la perspectiva pro-nazi la serie de acontecimientos y acciones que desembocaron en el estallido de la guerra. Así, entre los diferentes títulos de los apartados en que se divide el texto aparecen por ejemplo “La verdad sobre Dantzig”, “El intento de cercar a Alemania”, “Estalla la Guerra” y “Adolfo Hitler, Paladín de la paz”, entre otros.

Las anexiones de la Alemania nazi en los años previos al estallido de la guerra son presentadas por De Urrutia como acciones justas, en las que el Reich simplemente recuperaba lo que por derecho le pertenecía. Así, la incorporación de Austria al *Reich*, el llamado *Anschluss*, se explica como el resultado de la “voluntad unánime del pueblo austriaco, por cuyas venas arde la sangre germánica”; y el desmembramiento de Checoslovaquia y la posterior anexión de una parte del extinto país se presenta como un caso en el que los territorios de Bohemia y Moravia “se unen” al *Reich*, es decir, se insinúa que fue de manera voluntaria, a lo que se añade que dicha región había pertenecido antes al Imperio Alemán¹³.

Razones de manifiesta línea antisemita también son utilizadas por el autor como recurso explicativo del inicio de las hostilidades por parte del Ejército alemán que invadió Polonia en septiembre de 1939. Las anexiones territoriales de Hitler, presentadas como parte de un “programa redencionista”, dieron lugar a que, según se afirma en el texto, desde “las cornejas de las sinagogas” se alzarán las voces pidiendo “libertad, paz y justicia”¹⁴, como una forma de detener el avance de una “Alemania trabajadora e inquietantemente poderosa”¹⁵ “que llenaba con sus productos los mercados del mundo, en lícita competencia con las altas empresas de las bancas judías”¹⁶.

En el centro del argumento aparece la denuncia de una trama a nivel internacional, cuyo propósito es básicamente el entorpecimiento del proceso de recuperación de Alemania:

El propósito innegable de combatir el naciente poderío germánico fue puesto de manifiesto por Francia e Inglaterra en el momento en que fue iniciada por ambas la política de cerco, con un intento de acercamiento a los países balcánicos, mediante pactos de ayuda y protección y un desorbitado deseo de unión con Rusia, en lo militar.¹⁷

¹¹ Ibid., p. 1.

¹² Ibid., p. 3.

¹³ Ibid., p. 11.

¹⁴ Ibid., p. 11.

¹⁵ Ibid., p. 13.

¹⁶ Ibid., p. 14.

¹⁷ Ibid., p. 17.

De esta manera eran representados por parte del mencionado autor los acontecimientos que precedieron al estallido de la guerra en septiembre de 1939, una serie de circunstancias en las que, según se afirma, Alemania estaba bajo grave amenaza, frente a lo cual nada podía hacer más que defenderse, aunque procurara siempre mantener la paz. En los capítulos finales del texto, en los que se hace referencia a los eventos posteriores al 1 de septiembre de 1939, es decir, luego del despliegue de tropas alemanas sobre Polonia, en los que quedó claramente evidenciado el talante bélico del régimen nazi, el propagandista español apela a un supuesto discurso de Hitler, del que reproduce algunos fragmentos que sintetizan, a su modo de ver, el anhelo pacifista del mandatario alemán:

La guerra es útil para los fabricantes de cañones, armas aviones y municiones; pero espantosa para sus víctimas. Y esta lucha de aniquilamiento no se limitaría al continente, sino que se prolongaría hasta muy lejos, más allá de los mares. La fortuna europea estallaría en fragmentos de proyectil y el pueblo se convertiría en ríos de sangre sobre los campos de batalla. Llegará un día en que existirá una frontera entre Francia y Alemania; pero en cada lado, en lugar de ciudades florecientes se extenderán campos en ruinas y cementerios sin fin.¹⁸

En síntesis, Federico de Urrutia presenta una pieza de propaganda cuyo contenido, extenso para ser un folleto pero al mismo tiempo corto como para ser considerado un libro, apunta a explicar los sucesos de Europa de una manera simplificada en la que Alemania hace las veces de víctima obligada a reaccionar frente a los propósitos de sus enemigos.

Aunque para fecha tan avanzada como el año de 1939 resultase difícil de creer de manera íntegra la versión de Urrutia, sobre todo por las múltiples manifestaciones de agresivo expansionismo que habían dado los nazis tanto dentro como fuera del *Reich*, no se descarta la influencia de dicho escrito en algunos círculos, especialmente conservadores colombianos, que mostraban cierta simpatía por las dictaduras en Europa, y en pequeños grupos de alemanes, e incluso de colombianos, adeptos al nazismo que se formaron en ciudades como Barranquilla, Medellín o Cali, donde este tipo de escritos eran bien recibidos y difundidos.

Precisamente uno de esos grupos, del que apenas se poseen algunos registros, fue el Movimiento Nacionalista Revolucionario, que a través de diferentes publicaciones impresas contribuyó con la generación de contenidos orientados a la construcción de una imagen positiva de Alemania. Las autoridades colombianas y los agentes norteamericanos e ingleses que operaban en Colombia consideraban a este grupo como parte de una Quinta Columna nazi, dispuesta a apoyar cualquier operación o actividad en favor del Eje. El Movimiento Nacionalista Revolucionario respondía a las acusaciones a través de folletos, que al mismo tiempo constituían una forma de propaganda en la medida en que eran utilizados para exponer ante la opinión pública una visión particular de la situación política internacional.

Uno de estos folletos se tituló precisamente “La Quinta Columna en Colombia”, y en él los autores del impreso abogan en favor de la causa alemana señalando que “Alemania lucha por arrancar de las garras de esos dos imperios [Francia e Inglaterra], a más de medio mundo sojuzgado durante siglos”¹⁹. Para los autores estaba claro que la lealtad de Colombia debía estar con “un país al [que] debemos nuestra navegación fluvial y aérea, y a la ayuda prestada durante el conflicto con el Perú”, todo ello en referencia al papel que empresarios alemanes habían jugado a principios del siglo XIX y en las primeras décadas del XX en el desarrollo de la navegación por los ríos de Colombia y en la creación de una de las primeras empresas de aviación comercial en el país (Lázaro, 2014: 194-199), respectivamente, así como en el apoyo de aviadores alemanes al ejército colombiano en la guerra con el Perú a comienzos de la década de 1930. Para el Movimiento Nacionalista Revolucionario, “América debe más al sabio Humboldt, que al pirata Morgan”, y “El triunfo alemán sobre Inglaterra, significa el fin de una era de esclavitud de los países débiles!”²⁰.

También en la publicación hay referencias negativas a los Estados Unidos, país desde el cual, según se afirmaba, se lanzaban las acusaciones de la existencia de una “Quinta Columna” en Colombia sólo porque “predicamos sucumbir con honor a vernos vendidos a los usurpadores de Panamá” [...]. Y el folleto completaba:

“Repasad la historia de nuestra Patria y la de nuestros países hermanos y ella os dirá quien ha sido y es nuestro enemigo común, quien el yugo de la América Ibérica: Méjico fue mutilado por la concupiscencia yanqui; Puerto Rico, Nicaragua, Panamá, etc. son muestra en carne viva de la Doctrina Monroe”²¹.

También de fabricación local aparecieron otros folletos cuyo objetivo era difundir directamente el mensaje de los líderes nazis. Elaborado en los talleres de la tipografía Augusta, en Bogotá, se publicó a mediados de 1940 un impreso que recogía las declaraciones de Hitler a un periodista norteamericano en una entrevista en la que el dictador alemán respondía a preguntas cuyas respuestas podían resultar de interés (y tranquilidad)

¹⁸ Ibid., p. 41

¹⁹ Movimiento Nacionalista Revolucionario (1940), *La Quinta Columna en Colombia*, AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero, folio 166.

²⁰ Ibid.

²¹ Ibid.

para cualquier lector interesado en el conflicto desde este lado del Atlántico, y que muy seguramente buscaban neutralizar las versiones puestas en circulación durante la guerra sobre la política expansionista alemana. Por ejemplo, a la pregunta sobre una posible intervención en América Hitler respondía:

Alemania es uno de los pocos países que hasta hoy no ha intervenido en ninguno de los asuntos de América. En ningún tiempo ha tenido Alemania intereses territoriales o políticos en el continente americano, ni los tiene ahora. [...] ²².

La existencia de nazis operando de manera clandestina en labores de sabotaje y espionaje en distintos países de América Latina, la llamada “Quinta Columna”, había sido una de las versiones más difundidas a través de los medios de comunicación, dando lugar a inquietudes a las que Hitler respondía a través en la misma entrevista: “Tan sólo aseguro que esta columna no existe más que en la fantasía de los cerebros enfermizos” ²³.

Finalmente, está el caso del folleto titulado “Política Colonial Inglesa”, de autoría de Federico Hommel, elaborado en la capital de México en el año de 1939. El autor del impreso se ocupa de describir de manera crítica lo que ha sido la política exterior inglesa desde el siglo XVI, señalando con cierto detalle la manera como Inglaterra ha puesto bajo su hegemonía territorios en África, Asia, América e incluso en Europa, en casi todas las ocasiones, según comenta Hommel, a través de la fuerza ejercida por medios económicos, y cuando esta ha sido insuficiente o allí donde ha sido necesario, a través de las armas ²⁴.

El texto cierra con un comentario que sintetiza la idea expuesta por el autor con algunos detalles a lo largo del impreso y que constituye uno de los argumentos centrales de la propaganda nazi poco antes y durante la segunda guerra mundial:

De la historia colonial inglesa se desprende que el engrandecimiento del Imperio Británico no se ha detenido ante medios ilícitos para conseguir sus fines. Tratados violados, tratados forzados, engaños, concesiones tomadas por la violencia, esto es lo que aparece en el fondo del imperio colonial inglés. ²⁵

3. El uso de imágenes en la propaganda pro-nazi

Para los propagandistas pro-nazis, tanto aquellos que generaban sus contenidos en el *Reich* como para otros tantos simpatizantes del gobierno de Hitler que desarrollaban contenidos desde países distintos a Alemania, la palabra escrita constituyó un recurso de especial importancia para difundir un conjunto de ideas y generar unos imaginarios favorables al régimen nazi, pero estos discursos no fueron los únicos recursos desplegados por los propagandistas, quienes también aprovecharon las ventajas de la imagen, fundamentalmente en su capacidad de transmitir un mensaje de manera directa y clara. En archivos colombianos se pueden encontrar ejemplares de una buena cantidad de impresos cuyo componente principal eran las imágenes, en ocasiones lo suficientemente explícitas como para requerir apenas de un escaso acompañamiento de texto, y en otros desarrollando una historia un poco más compleja que se apoyaba en un contenido textual.

Ejemplo de lo anterior lo podemos encontrar en un folleto puesto en circulación en 1940 y titulado “El Buen Niño o Los Dineros del Cielo” ²⁶, en el que se despliega una fuerte crítica sobre Inglaterra, específicamente sobre su política exterior y su relación con varias de sus colonias y países de África y Asia. Este folleto dio lugar a fuertes reclamaciones ante el Gobierno de Colombia por parte de la Legación Británica en Bogotá, debido a que la publicación, afirmaban los ingleses, estaba siendo ampliamente difundida entre estudiantes de primaria y secundaria colombianos ²⁷.

El protagonista de la historia que cuenta el folleto es un niño al que sin mucho esfuerzo es posible asociar con la metrópoli británica, tanto por la vestimenta que luce como por las referencias que se van dando en los diferentes cuadros en los que se va desplegando la historia. El texto que acompaña a las imágenes es breve, y presenta un tono sarcástico que va dando forma al carácter de denuncia del folleto. El estilo sencillo y explícito de las imágenes hace que la ironía del texto no desemboque en confusiones y que el sentido del mensaje se comprenda sin mucha dificultad.

La primera de las imágenes del folleto está acompañada de un texto que, además de aportar algunas referencias iniciales del personaje central, constituye el complemento en clave de sarcasmo de lo que representa la imagen:

²² El interview del Führer (1940), AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero, folio 113.

²³ Ibid.

²⁴ Hommel, Fernando (1939), Política Colonial Inglesa. AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 23, carpeta 183, Propaganda Actividades nazis 1938-1940, folio 6.

²⁵ Ibid., p. 31

²⁶ El buen niño o los dineros del cielo (s.f.), AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero, folio 92.

²⁷ Legación británica (1940). Carta al Ministro de Educación Nacional, agosto 21 de 1940. AGN, AMRE., Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero, folio 93.

Este era un buen niño, lleno de temor de Dios, que nunca pensaba en sí mismo, sino tan sólo en la manera de ayudar a los hombres. Un día encontró a un viejo que cargaba un pesado bulto sobre sus espaldas. El bueno niño se adelantó y, presto ayudarle, le quitó la carga²⁸.



Figura 2. El uso de la violencia por parte de Inglaterra hacia sus colonias fue un hecho remarcado de manera constante por la propaganda pro-nazi (El Buen Niño, s.f, p. 1).

La imagen, al contradecir al texto que la acompaña, pone en evidencia el carácter sarcástico de la publicación, al tiempo que hace explícita la denuncia de la política exterior británica a la que acusa en esta primera figura del despojo por medios violentos, ilustrados en la pistola que utiliza el personaje, del algodón de la India.

Otra de las imágenes que contiene el impreso es precedida por un fragmento de texto en el que se cuenta una parte de la historia en la que “el buen niño”, siguiendo su camino, se encuentra con otro personaje a quien decide ofrecer su ayuda:

Poco después encontró en el camino a un pobre chino, exhausto bajo el peso de su gran carga. ¿y qué hizo este buen niño? Acudió solícito, le ayudó y aún le ofreció un refrigerio para que el viejo olvidara todas sus penas²⁹.



Figura 3. Las condiciones de “intercambio” comercial leoninas o notablemente perjudiciales para las colonias también eran motivo de denuncia en la propaganda contra Inglaterra (El Buen Niño, s.f., p. 2).

²⁸ Ibid., (El buen niño, s.f., p. 1)

²⁹ Ibid., p. 2

Nuevamente la imagen da el sentido completo al mensaje transmitido a través del impreso. El hombre chino reposa sobre un saco de té, que termina siendo, según insinúa el texto y complementa la imagen, la razón de ser de la ayuda prestada por “el buen niño”, quien además proporciona un “refrigerio” bastante especial, opio. La referencia particular a este último constituye otra de las formas de denuncia de la política exterior británica, específicamente en lo que tiene que ver con el consumo de drogas estimulado por los ingleses.

Luego de más referencias a la manera como, según expone el impreso, los británicos se relacionaban con otros pueblos en procura siempre de sacar el mayor provecho posible, aún a costa de generar afectaciones sobre los demás países, el folleto cierra con una imagen en la que “el buen niño” aparece sentado sobre todos esos productos que le generan abundante riqueza, representada esta última en las monedas de oro que caen del cielo como símbolo de la prosperidad a partir de negocios leoninos y del aprovechamiento que los británicos hacían de su condición de potencia dominante.³⁰



Figura 4. Las riquezas de Inglaterra a partir de la exacción a sus colonias, según denuncia la imagen de la propaganda pro-nazi (El Buen Niño, s.f., p. 5).

A las historias ilustradas se sumaron algunos datos estadísticos, presentados, ya en tiempos de la segunda guerra mundial, específicamente en 1940, en folletos elaborados en la capital colombiana, Bogotá, y que daban cuenta de la relación económica que mantenía el *Reich* con Colombia y de las ventajas que tenían los contactos para el país suramericano con Alemania, mucho mayores de las que podía obtener con Francia o Inglaterra, según se expone en el impreso:

³⁰ Ibid., p. 5.



Figura 5. Comparación gráfica de la importancia de las compras alemanas de café, producto de primer orden en las exportaciones colombianas, con respecto a las de otros países, como Italia, Francia e Inglaterra (Datos Significativos, 1940).

Llama la atención para el caso de la imagen expuesta el hecho de que el gran comprador de Café colombiano, Estados Unidos, es apenas mencionado en una nota debajo de la gráfica, en tanto que la cantidad de grano comprada por Alemania, notablemente inferior a la del gigante norteamericano, se representa de tal manera que ocupa una gran parte de la página, al lado de un par de pequeñas figuras que hacen referencia a las adquisiciones de Francia, Italia e Inglaterra³¹.



Figura 6. La economía colombiana, según la propaganda nazi, también se beneficiaba de la exportación de otros productos hacia Alemania (Datos Significativos, 1940).

³¹ Datos significativos sobre el comercio Colombo-Alemania, (1940), AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 23, carpeta 184 Propaganda Actividades nazis: 1937-1940, folio 9, p. 3.

El comercio con otros productos de gran importancia para las exportaciones colombianas también era resaltado por la propaganda, que enviaba el mensaje de la conveniencia de la continuidad en las relaciones comerciales entre los dos países, aun cuando la guerra amenazaba con fracturar las conexiones establecidas a través de las cuales circulaba la mercancía³².

Con la guerra en marcha, las situaciones propias del conflicto generaron abundante material fotográfico que fue aprovechado por los propagandistas para contar su propia versión de los que estaba sucediendo, una versión en la que, correspondiendo con las versiones difundidas de manera previa, los aliados eran los protagonistas de la agresión, mientras Alemania actuaba en legítima defensa y como una víctima de las ambiciones, y ahora de las acciones, de los aliados.

Las primeras acciones bélicas en las que se vieron envueltos los ejércitos del *Reich* aportaron las imágenes para alimentar la maquinaria propagandística, que se jactaba en presentar el avance imparable de las tropas alemanas. Una de las imágenes que hacía parte de un folleto titulado “La Guerra en Polonia”³³, editado en Madrid a principios de 1940, tenía como nota explicativa al pie el siguiente texto:

Las tropas de la infantería germánica avanzan velozmente por todos los caminos de Polonia, sin que la resistencia iniciada por el ejército de ese país sirva para contener la impetuosa avalancha³⁴.

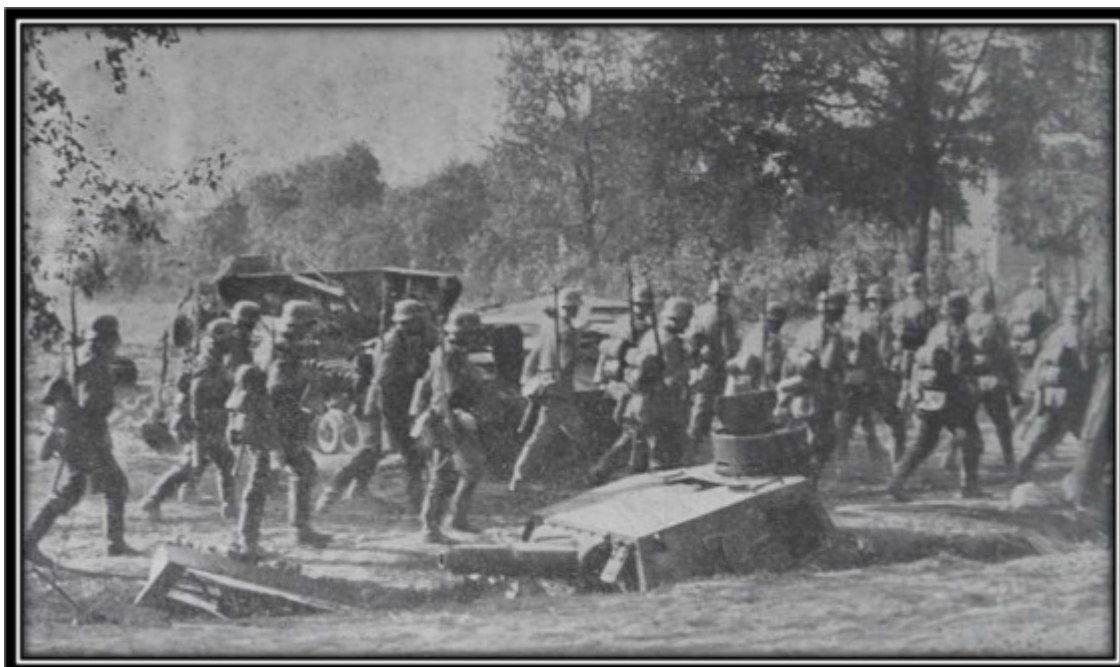


Figura 7. La propaganda reforzaba la idea ampliamente extendida del imparable avance alemán y del éxito de la “Guerra Relámpago” (Spectator, 1940).

Pero la propaganda no sólo se preocupaba por mostrar los avances de las tropas alemanas en Polonia. Estaba, según los editores del impreso, la otra cara de la guerra, la de honor y la nobleza del vencedor ejército alemán que, así como se ocupaba de que la campaña en territorio polaco fuera efectiva en términos militares, también se esmeraba en tratar con la mayor consideración y respeto a los vencidos. La imagen de abajo muestra, según informa la nota al pie, a soldados polacos llevando raciones de comida para sus compañeros que ahora pasaban a la condición de prisioneros de guerra, de cuya alimentación se ocupaba de manera diligente la intendencia alemana³⁵.

³² Ibid.

³³ Spectator (1940), *La guerra en Polonia*. AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 23, carpeta 184 Propaganda Actividades nazis: 1937-1940, folio 3.

³⁴ Ibid., p. 7.

³⁵ Ibid., p. 21.



Figura 8. Frente a las denunciadas maniobras de los enemigos del Reich aparecía en la propaganda en la propaganda el comportamiento humanitario y el respeto por las normas de la guerra de parte de los ejércitos alemanes (Spectator, 1940).

Por otro lado, en la medida en que la marcha de la guerra proporcionaba una amplia variedad de insumos para los propagandistas pro-nazis, empezaron a circular documentos impresos con imágenes cuyo propósito era la denuncia de las acciones de los aliados, consideradas como de violencia indiscriminada que contrastaban con las ya expuestas formas humanitarias de hacer la guerra por parte de los alemanes. Circuló en Colombia un impreso en el que de manera desgarradora se expone con detalle fotográfico los resultados de los bombardeos aliados sobre las ciudades alemanas, específicamente la de Friburgo, recurriendo a imágenes fuertes de niños que son mostrados en las páginas iniciales del folletos en actitud tranquila, jugando de manera inocente sin esperar lo que, un par de páginas después, se expone con vehemencia, e incluso con amarillismo: la muerte por efecto de las bombas que los aliados dejaron caer sobre las ciudades alemanas. Se denuncia de esta manera, por una parte, la violación a una de las normas básicas de la guerra con la inclusión de civiles entre los objetivos militares, y por otra, mucho más impactante de cara a los objetivos de la propaganda, el asesinato de niños³⁶.



Figuras 9, 10 y 11. Los bombardeos aliados sobre ciudades alemanas generaron terribles afectaciones que fueron utilizadas por la propaganda para terminar de trazar un cuadro favorable al régimen nacionalsocialista (Freiburgs Müller, 1940).

Conclusión

Los años previos a la segunda guerra mundial y el conflicto mismo constituyeron un momento particularmente dinámico en lo que respecta al uso de la propaganda como herramienta de lucha política e ideológica en la arena internacional. Colombia no permaneció al margen de esta situación, y al tiempo que las tensiones entre los países enfrentados aumentaban circularon con fuerza en el país suramericano diferentes elementos de propaganda impresa a partir de los cuales se buscaba orientar a la opinión pública en torno a una visión específica de los acontecimientos.

³⁶ Freiburgs Müller klagan an (1940), AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero, folio 92, pp. 4-12.

Entre la propaganda impresa circulando en Colombia estaba aquella que buscaba generar una imagen positiva del régimen nacionalsocialista en Alemania y de la que se pueden identificar algunas características, entre ellas: 1) Tenía diferentes lugares de procedencia, siendo estos impresos editados en diferentes países como España, Guatemala, Colombia y, muy probablemente, el mismo *Reich*; 2) Estaba elaborada en idioma español, escritos en un estilo sencillo y, en la mayoría de las ocasiones con una corta o mediana extensión; 3) Difundía los discursos y escritos de importantes líderes nazis y de otros autores favorables al Nacionalsocialismo; 4) Hacía circular contenidos en torno a temas como los beneficios de la llegada de los nazis al poder en Alemania, la actitud imperialista de los países opositores del *Reich*, los supuestos planes que contra Alemania hacían sus enemigos y la justicia de las acciones del régimen nazi en su política exterior; 5) Recurría con frecuencia y en numerosos ejemplares al uso de imágenes como forma de captar la atención y transmitir de manera directa sus mensajes.

Adicional a las características generales mencionadas, se puede señalar también que los contenidos de propaganda impresa nazi que circulaban en Colombia se enfocaban fundamentalmente en dos grandes protagonistas, el régimen nacionalsocialista y sus enemigos, un actor “bueno” enfrentado a otros “malos”, lo que daba lugar a una visión simplista, maniquea, de la política internacional de la época, que buscaba generar una orientación específica en la opinión pública. Esto queda evidenciado, por ejemplo, en la propaganda que exponía los presuntamente fuertes vínculos comerciales de Alemania con Colombia en comparación con los existentes con Francia e Inglaterra, dando a entender el riesgo que el accionar de estas dos últimas representaban para los primeros, con lo que de forma un tanto disimulada se enviaba el mensaje de que la verdadera amenaza para la prosperidad económica de Colombia eran los aliados, y más específicamente Inglaterra y su naturaleza expansiva e imperialista.

En lo que respecta a la pregunta inicialmente planteada sobre el propósito específico de la circulación de propaganda pro-nazi en Colombia, una respuesta más completa pasa necesariamente por la revisión de diversas fuentes, entre ellas los archivos alemanes, sin embargo no es difícil inferir que entre los motivos que estimulaban la elaboración y puesta en circulación de dichos contenidos estaba la intención de neutralizar los efectos de la propaganda que de manera abundante se publicaba por parte de múltiples medios de comunicación sobre los excesos del régimen de Hitler.

La legitimidad de un régimen deriva hasta cierto punto de la manera como es percibido, tanto dentro como fuera del territorio en que gobierna. El gobierno nazi tenía absoluto control en Alemania, pero la normalidad de las relaciones con otros países pasaba por conservar por lo menos algunos visos legalidad en su proceder. Su relación con el resto del mundo dependía entonces en buena medida de lo que otros países percibieran sobre el *Reich* y su comportamiento, y la opinión pública ya jugaba un papel muy importante en las decisiones de los gobiernos y su política exterior, de ahí que la propaganda buscara proyectar una imagen positiva del Nacionalsocialismo.

El propósito de orientar a la opinión pública de Colombia, y en general de los distintos países de América Latina, constituía una forma de generar unas condiciones favorables para el *Reich* en el exterior, en cada lugar donde, aunque en una proporción muy pequeña con respecto a sus adversarios internacionales, pudiese encontrar alguna forma de apoyo. En primer lugar, los gobiernos no tenían absoluta libertad de acción en el marco de posibles acciones contra el *Reich* si existían por lo menos algunas razones que justificaran el comportamiento de Alemania. A manera de ejemplo se puede considerar que la defensa de la causa alemana frente a las acusaciones de sus opositores era también la forma de asegurar la continuidad en las relaciones comerciales, que para el caso específico de Colombia, aunque no eran de cuantiosas, sí proporcionaban al *Reich* el acceso a algunas pequeñas cantidades de recursos como el caucho o el platino, fundamentales en la economía de guerra.

Por otro lado, es importante señalar que en algunas ciudades colombianas Alemania tenía una muy buena imagen, construida en gran parte por la participación de algunos alemanes en procesos de construcción de infraestructura y estímulo al desarrollo de actividades económicas de gran relevancia para el país, e incluso en acciones de defensa de la soberanía nacional colombiana, como había ocurrido a principios de los años treinta en la guerra con el Perú. En ese orden de ideas, la propaganda no caía en saco roto, por lo menos en algunos grupos políticos y sectores de la opinión pública, lo que de alguna manera podía hacer menos complicada la existencia y actividades de pequeños colectivos de nazis y otras organizaciones que empezaron a operar en el país y que, llegado el caso, podían llegar a ser funcionales para los propósitos del *Reich* en labores como proselitismo político, espionaje o comercio clandestino en pequeña escala.

Finalmente, y de manera estrecha relacionado con lo anterior, la propaganda, aunque en español, no estaba destinada exclusivamente a no alemanes. Las publicaciones puestas en circulación, junto con otras en alemán, llegaban hasta los colectivos de alemanes en Colombia, todas las cuales en conjunto, daban cohesión a los grupos de ciudadanos del *Reich* y los motivaban a apoyar a su país frente a las presuntas intenciones de sus enemigos.

Referencias bibliográficas

Bushnell, D. (1984), *Eduardo Santos y la política del Buen Vecino*, Bogotá: El Áncora.

- Castrillón, J. P. (2012), “De la sociedad pacata al nuevo orden internacional. Movimientos fascistas y prensa conservadora en Colombia, 1936-1945”, en: *Signo y Pensamiento*, 21(40), pp. 117-125.
- Datos significativos sobre el comercio Colombo-Alemán, (1940), AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 23, carpeta 184 Propaganda Actividades nazis: 1937-1940, folio 9.
- De Urrutia, F. (1939), *La paz que quiere Hitler*. AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 23, Carpeta 184: Propaganda Actividades Nazis, 1937-1940, Enero, Folio 2.
- De Moragas, M. (1985), “Introducción. Política y sociología de la comunicación de masas”. En De Moragas, M. (ed.) (1985), *Sociología de la Comunicación de masas III. Propaganda política y opinión pública*, Barcelona: Gustavo Gili, pp. 11-12.
- Discurso del Führer y Canciller Adolfo Hitler ante el Reichstag el 30 de enero de 1937 (1937), AGN, AMRE, Diplomática y Consular, Caja 23, Carpeta 184: Propaganda Actividades Nazis, 1937-1940, Enero, folio 8.
- Discurso pronunciado por Adolfo Hitler el 8 de noviembre de 1939 en la Bürgerbräukeller en la fiesta conmemorativa de los antiguos combatientes (1939), en: AGN (véase Archivo General de la Nación), MRE (véase Ministerio Relaciones Exteriores), Diplomática y Consular, Caja 23, Carpeta 183: Propaganda Actividades Nazis, 1938-1940, Enero, folio 10.
- El Buen niño o los dineros del cielo (s.f.), AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero, folio 92.
- El interview del Führer (1940), AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero, folio 113.
- Freiburgs Müller klagen an (1940), AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero, folio 92.
- Gálviz, S. y Donadio A. (1986), *Colombia Nazi*. Bogotá: Planeta.
- Gijón, M. M. (2011), “Nazismo y antisemitismo en la literatura falangista. En torno a Poemas de la Alemania eterna (1940)”, *Vanderbilt e-Journal of Luso-Hispanic Studies*, 6.
- Hitler, Adolf (1974), *Mi Lucha*, Barcelona, Petronio, pp. 93-95.
- Hommel, Fernando (1939), *Política Colonial Inglesa*. AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 23, carpeta 183, Propaganda Actividades nazis 1938-1940, folio 6.
- Lázaro, J. (2010), “Política nacional e internacional en el diario barranquillero La Prensa en los años treinta y principios de los cuarenta”, en: *Memorias: Revista Digital de Arqueología e Historia desde el Caribe Colombiano*, no. 12, Barranquilla, pp. 168-188.
- Lázaro, J. A. (2014). “SCADTA: El viejo anhelo de conquistar el cielo”. En J. Ferro Bayona, O. Ibarra y E. Gómez (Eds.) (2014), *Historia Empresarial de Barranquilla (1880-1980)*. Barranquilla: Ediciones Uninorte, pp. 183-224.
- Legación británica (1940). Carta al Ministro de Educación Nacional, agosto 21 de 1940. AGN, AMRE., Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero, folio 93.
- Lázaro, J. (2017), “Los medios impresos como recurso para la difusión del Nacionalsocialismo: sobre boletines y magazines nazis circulando en el Caribe colombiano, 1935-1939”, en: *Memorias: Revista Digital de Arqueología e Historia desde el Caribe*, No. 33, pp. 62-87.
- Los Acontecimientos en el Norte de Europa (1940), AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero, folio 11, p. 1.
- Movimiento Nacionalista Revolucionario (1940), *La Quinta Columna en Colombia*, AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero, folio 166.
- Pineda, A. (2007), “Orígenes histórico-conceptuales de la teoría de la propaganda nazi”. En *Revista Historia y Comunicación Social*, No. 12, Madrid, pp. 151-176.
- Porter, R. (1940), “German Propaganda in Colombia Seen as a Winning Conservatives”, en *The New York Times*, August 17, 1940. AGN, MRE., Diplomática y Consular, Caja 21, carpeta 170: Actividades nazis, 1940, Enero, folio 78.
- Rivera, H. E. P. (2003), “Acerca del nacionalismo católico de Laureano Gómez 1930-1946”, en *Revista Colombiana de Sociología*, (20), pp. 31-40.
- Spectator (1940), *La guerra en Polonia*. AGN, MRE, Diplomática y Consular, Caja 23, carpeta 184 Propaganda Actividades nazis: 1937-1940, folio 3.