

## Los intereses alemanes sobre México, la Revista Timón, Agente de la propaganda nazi, 1940

*German Interests About Mexico, Timon Magazine Agent Of Propaganda Nazi 1940*

ADILENE YANIN HERNÁNDEZ SÁNCHEZ\*

### RESUMEN

El mapa expansionista de la Alemania nazi no solo implicaba a Europa, Asia y África, sino que también a América Latinoamérica, de acuerdo con esto, nos preguntamos ¿cuáles eran los intereses alemanes en México?, ¿por qué razón se introdujo propaganda dentro de este país? Para dar respuesta a estas interrogantes, se plantea como objetivo, localizar los intereses políticos y económicos de Alemania sobre México, asimismo, determinar el papel que desempeñó la *revista Timón* como agente de la propaganda nazi en 1940, cuando inicia la circulación de esta bajo la dirección de José Vasconcelos. En concordancia con lo anterior, en 1918, Alemania perdió su influencia y posición sobre América Latina, por ello durante la *Gran Depresión de 1929*, también conocida como *jueves negro*, buscaba una forma de poder recuperarse económicamente. Fue hasta el ascenso del régimen Nazi, que se enfocaron en la compra de materia prima a los países tercermundistas y en aumentar la influencia política sobre estos. Con la expropiación petrolera efectuada por Lázaro Cárdenas, Alemania necesitaba quien le vendiera el petróleo para poder poner en marcha toda la maquinaria de la guerra, podemos tener en cuenta que estos dos países ya tenían compromisos económicos y que era necesario que se mantuvieran para tener una estabilidad económica dentro de sus territorios. Así, al iniciar la Segunda Guerra Mundial el 01 de septiembre de 1939, los alemanes buscaban agentes de todos los países neutrales, y uno de los puntos más importantes en América Latina era México, en el cual se instauró una oficina de propaganda dirigida por Arthur Dietrich, uno de los principales agentes y líderes nazi en México, quien pidió a José Vasconcelos dirigir la *Revista Timón*, financiada por comerciantes alemanes, la cual fungió como agente de la propaganda Nazi en el país.

---

\* Pasante en la licenciatura de Historia de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México. Esta es una investigación individual para tesis de licenciatura la cual no está financiado por ninguna institución. Correo electrónico: [zima\\_849@hotmail.com](mailto:zima_849@hotmail.com)

**Palabras clave:** Propaganda, intereses, *Timón*

## ABSTRACT

The expansionist map of Nazi Germany not only involved Europe, Asia and Africa, but also Latin America, according to this, we ask ourselves, what were the German interests in Mexico? For what reason was propaganda introduced within Mexico? this country? To answer these questions, the objective is to locate Germany's political and economic interests in Mexico, as well as to determine the role that *Timón* magazine played as an agent of Nazi propaganda in 1940, when it began its circulation under the Directed by José Vasconcelos. In accordance with the above, in 1918, Germany lost its influence and position over Latin America, so during the Great Depression of 1929, also known as Black Thursday, it was looking for a way to recover economically. It was until the rise of the Nazi regime that they focused on buying raw materials from third world countries and increasing political influence over them. With the oil expropriation carried out by Lázaro Cárdenas, Germany needed someone to sell it the oil to be able to start up the entire machinery of war, we can take into account that these two countries already had economic commitments and that it was necessary for them to be maintained to have an economic stability within their territories. Thus, at the start of World War II on September 1, 1939, the Germans were looking for agents from all neutral countries, and one of the most important points in Latin America was Mexico, in which a propaganda office led by Arthur was established. Dietrich, one of the main Nazi agents and leaders in Mexico, who asked José Vasconcelos to direct the *Timón* Magazine, financed by German merchants, which served as an agent of Nazi propaganda in the country.

**Keywords:** Propaganda, interests, *Timón*

*Recibido 17 de Mayo de 2020 – 30 de Junio de 2020*

## Los intereses alemanes en México

En el presente texto, partimos de los siguientes interrogantes, ¿Nazis en América Latina? y ¿por qué razón se introdujo propaganda nazi en México? Para dar respuesta a la primera cuestión, hay que tener en cuenta que los intereses alemanes sobre Latinoamérica vienen desde la época Guillermi-

na, como lo explica Carlos Inclán Fuentes en su reciente libro *Perote y los Nazis*, “Las Políticas de Control y Vigilancia del Estado Mexicano a los Ciudadanos Alemanes durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1946)” “[...] la táctica general del imperialismo Alemán respecto a su política sobre América Latina se basó en la premisa de disminuir [...] la influencia y poder de los Estados Unidos.”<sup>1</sup> Pero estas tácticas fueron socavadas al término de la Gran Guerra, ya que Alemania perdió su influencia y su posición económica en Latinoamérica.

Al concluir la *Gran Guerra* y la *Gran Depresión de 1929*, Alemania no había vuelto a alcanzar su posición económica de 1913 respecto a América Latina. “La parte de Alemania en las importaciones latinoamericanas ascendía a 9.9 por ciento en 1934 contra 16.45 por ciento en 1913”.<sup>2</sup> En el lapso que va de 1934 a 1938 la situación cambió radicalmente. “En 1938, la parte de Alemania en las importaciones latinoamericanas eran de 16.2 por ciento habiendo alcanzado así nuevamente el nivel de 1913”.<sup>3</sup>

Friedrich Katz, atribuye este rápido auge a un factor. La crisis económica de 1929 afectó principalmente a los países latinoamericanos, los cuales dependían de la venta de materia prima a Inglaterra, Francia y Estados Unidos, pero en su mayoría preferían el autoconsumo, ya que el capital que cada país tenía destinado a la compra de productos lo utilizaban para el pago de deudas.

La situación de Alemania era distinta, “El rearme practicado por los nazis requería con urgencia materias primas que no se podían conseguir en el país mismo”,<sup>4</sup> y para abastecerse de estos productos los alemanes opta-

---

<sup>1</sup> Carlos Inclán Fuentes, *Perote y los nazis, las políticas de control y vigilancia del Estado mexicano a los ciudadanos alemanes durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1946)*, (México: Colección Pluralidad Cultural en México, núm. 34, 2013), p. 27.

<sup>2</sup> Friedrich Katz, *Ensayos Mexicanos*, p. 379.

<sup>3</sup> Friedrich Katz, *Ensayos Mexicanos*, p. 379.

<sup>4</sup> Friedrich Katz, *Ensayos Mexicanos*, p. 380.

ron por comprarla a países subdesarrollados, a los cuales se les podía pagar con otras mercancías que necesitaban, por lo que, “Los gobiernos latinoamericanos vieron en esos tratados la posibilidad de desprenderse de materias primas que de otro modo quedaban sin cliente, consiguiendo con ello máquinas y otros productos industriales”.<sup>5</sup>

La decisión de Alemania nazi a realizar importaciones se debe a que en 1934 una delegación alemana viajó a Latinoamérica y se aseguró de promover la compra de productos sin divisas con algunos países como Argentina, Chile, Brasil, México y Venezuela. Así, a partir de 1934 las importaciones aumentaron “Por lo que respecta a Brasil, pasó de 1.6 por ciento a 3.9 por ciento, Argentina, de 3.6 a 4 por ciento; Chile de 0.5 por ciento a 1.7 por ciento, y México de 0.5 a 1.1 por ciento del total de importaciones”.<sup>6</sup>

La relación económica con México se basaba principalmente en la compra de petróleo, la cual inicia con la expropiación petrolera el 18 de marzo de 1938, cuando el presidente Lázaro Cárdenas proclama la nacionalización de la industria petrolera por motivos del Anschluss (la anexión de Austria por Alemania) pues este intuía que pronto se desataría otro enfrentamiento en Europa el cual sería causado por Alemania por el resentimiento que obtuvo después de su derrota en la Gran Guerra. “Antes del 18 de marzo las tropas de Hitler avanzaron sobre Austria y ocuparon la ciudad de Viena. Desde aquel momento se vio que la guerra, la segunda guerra internacional, era inevitable. El problema de la expropiación perdió actualidad e importancia pasando a segundo plano”,<sup>7</sup> ya que Estados Unidos movió su mirada de México hacia Europa.

---

<sup>5</sup> Friedrich Katz, *Ensayos Mexicanos*, p. 382.

<sup>6</sup> Friedrich Katz, *Ensayos Mexicanos*, p. 381.

<sup>7</sup> Jesús Silva Herzog, *Una Vida en la Vida de México*, p. 196.

La política Cardenista en el plano de las relaciones internacionales se caracterizaba por mantener buena relación con Estados Unidos, continuando con la política de “buena vecindad” promovida por Roosevelt. Esto no quiere decir que eran inexistentes las tensiones entre ambos gobiernos, ya que al problema de la deuda externa se sumaba el de la expropiación petrolera. A causa de ello, las compañías protestaban contra la medida cardenista y expresaron que México se vería obligado a otorgarles indemnizaciones que no podrían pagar ni en tres generaciones. Para el gobierno norteamericano fue más importante mantener la política de “buena vecindad”, y la vía que optó fue la de ejercer presiones de carácter diplomático y económico, interfiriendo en los mercados del petróleo y negándose a vender equipo y proporcionar asistencia técnica para las nuevas compañías.

Así las cosas, no habían barcos para llevar los productos [...] los oleoductos y las refinerías se hallaban en pésimas condiciones [...] las casas vendedoras de refacciones, de materiales indispensables para la industria se negaron a vender sus mercancías a México,<sup>8</sup> en este contexto, no era fácil exportar el petróleo porque a cada cliente se le amenazaba con sufrir represalias y por lo mismo nadie se atrevía a rentar barcos al país. Los Ex empresarios extranjeros creyeron que con estas trabas México les devolvería sus empresas, pero no contaron con que el Gobierno al ver el mercado bloqueado, dirigió sus exportaciones petroleras hacia Europa, principalmente Alemania y Austria. De esta manera, “A mediados de 1938 se firmaron convenios entre México y la Alemania hitleriana en los que se preveía la venta de petróleo mexicano a Alemania”.<sup>9</sup> Los alemanes vieron en México una riqueza petrolífera y un lugar estratégico en la frontera con Estados Unidos. Este aumento comercial permitió a Alemania, ejercer pre-

<sup>8</sup> Jesús Silva Herzog, *Una Vida en la Vida de México*, p. 192.

<sup>9</sup> Friedrich Katz, *Ensayos Mexicanos*, prólogo de John H. Coatsworth, (México: Alianza editorial, 1999), p. 408.

sión, en la que su influencia aseguraba importantes posiciones propagandísticas como expresa José Vasconcelos:

Las guerras modernas se desarrollan tanto en el frente de combate como en las páginas de la imprenta. La propaganda es un arma poderosa, a veces decisiva para engañar la opinión mundial. [...] la mentira [...] logró su objeto. Poblaciones enteras de naciones que debieron ser neutrales, se vieron arrastradas a participar en el conflicto, movidas por sentimientos fundados en información que después se supo, habían sido deliberadamente fabricados por el bando que controlaba las comunicaciones mundiales.<sup>10</sup>

De acuerdo con lo anterior, la propaganda es “la acción o efecto de dar a conocer una cosa con el fin de atraer adeptos o compradores,”<sup>11</sup> que desarrollada en el siglo XX durante la Primera Guerra Mundial, fue usada para engrandecer a las tropas y esparcir información (a veces no cierta) con objetivo de mantener la confianza entre las propias cuadrillas o intimidar al enemigo, para subyugar la mente de la población con información falsa.

La propaganda es una tentativa para ejercer influencia en la opinión y en la conducta de la sociedad, de manera que las personas adopten una opinión y una conducta determinadas. [...] la propaganda es el lenguaje destinado a la masa. Emplea palabras u otros símbolos a los cuales sirven como vehículo: la radio, la prensa y la cinematografía. La finalidad del propagandista es ejercer influencia en la actitud de las

---

<sup>10</sup> José Vasconcelos, prólogo a la segunda edición de *Derrota Mundial*, 1955

<sup>11</sup> Emma Rodero Antón, “Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo” texto publicado en las actas del III congreso Cultural y Medios de Comunicación, publicaciones Universidad Salamanca, 2000.

masas en puntos que están sometidos a la propaganda y que son objeto de opinión.<sup>12</sup>

Esta es un medio de comunicación que sirve para la persuasión que penetra en todo tipo de mass-media, en los que generalmente son usados los avances tecnológicos de la época. Ejemplo de ello, fue la Primera Guerra Mundial en la cual, la prensa fue empleada como medio propagandístico, y durante la Segunda Guerra Mundial lo fueron la radio, el cine y la prensa. Acorde con esto, durante la Segunda Guerra Mundial, Hitler empleó la propaganda como una maniobra para ganar adeptos a las filas del Partido Nacional Socialista (NSDAP), y gracias a esta, los nazis se mantuvieron en el poder por casi 12 años.

Esta actividad fue tan importante que en 1933 se creó el Ministerio de Propaganda a cargo de Joseph Goebbels, quien cimentó las bases del poder nazi. “La función del Ministerio de Propaganda era coordinar y dirigir la imagen pública del régimen y sus políticas”,<sup>13</sup> para lograr ese objetivo, Goebbels controló a todos los periodistas, artistas y medios de comunicación, creando mitos que resaltaran al NSDAP y posteriormente para engrandecer a sus tropas y animarlos a continuar la guerra. Los hombres que participan en los grandes movimientos sociales representan su acción en forma de imágenes de batallas, en las que siempre triunfa su causa. [Los] mitos [...] llegan a lo más profundo de lo inconsciente humano, son representaciones ideales e irracionales vinculadas al combate; ejercen en la masa una potente acción dinamogènica y cohesiva,<sup>14</sup> esto fue lo que de gran manera contribuyó a que la influencia Nazi llegara a toda Europa, Asia; África y a Latinoamérica.

---

<sup>12</sup>Jean-Marie Domenach, *La propaganda política*, p. 2.

<sup>13</sup> Richard J. Evans, *El Tercer Reich en el Poder, 1933-1939*, p. 128.

<sup>14</sup>Jean-Marie Domenach, *La propaganda política*, p. 9.

Entonces, ¿cuál fue el objetivo de la propaganda nazi? “En 1933 [...] los nazis ya habían dado forma a las características fundamentales del régimen que iba a gobernar Alemania hasta su derrumbamiento, casi doce años más tarde, en 1945”,<sup>15</sup> para darle forma al régimen, Hitler debía convencer al pueblo alemán de sus ideales. Los alemanes no sólo tenían que dar su aquiescencia al Tercer Reich, sino que tenían que apoyarlo en cuerpo y alma: la creación del Ministerio de Propaganda por parte de Joseph Goebbels, que pronto controlaría todo lo concerniente a la cultura y las artes, fue el principal medio de los nazis para alcanzar ese fin.<sup>16</sup>

La propaganda fue el factor que influyó para que Hitler estableciera su poder en Alemania y otros países europeos, pero ¿por qué razón se introdujo propaganda dentro de México? En concordancia con dichos interrogantes, se considera que la propaganda desde la primera guerra mundial ha sido la base fundamental para que regímenes totalitarios consolidaran su poder, razón por la cual, es de suma importancia conocer cuáles fueron las razones que impulsaron a los nazis a implantar su publicidad en América Latina, especialmente en México. Hay que considerar que México es vecino de los Estados Unidos y a los germanos les interesaba mostrarles que su poder había crecido e infundirles la idea de que no era conveniente que entraran a la guerra. Debemos recordar que en 1938 México realizó la expropiación petrolera y Alemania necesitaba quien le vendiera petróleo para poder poner en marcha toda la maquinaria de la guerra, podemos tener en cuenta que estos dos países ya tenían compromisos económicos y que era necesario que se mantuvieran para tener una estabilidad económica dentro de sus territorios.

---

<sup>15</sup>Jean-Marie Domenach, *La propaganda política*, p. 15.

<sup>16</sup>Jean-Marie Domenach, *La propaganda política*, p. 29.



Es así que, en 1938 tras la anexión de Austria por parte de Alemania, varios países Latinoamericanos hicieron a un lado sus relaciones comerciales con los Nazis, estos al ver que su influencia económica y política disminuía decidieron enfocarse en la propaganda en América Latina. Tenían la esperanza de recuperar en esta esfera el terreno perdido en los otros campos. La propaganda se orientaba hacia la prensa, el cine y [...] la radiofusión. En el ámbito de la prensa, los nazis consiguieron ejercer influencia sobre una serie de periódicos latinoamericanos,<sup>17</sup> algunos de los países donde consiguieron difundir su propaganda son:

En Brasil [...] [el diario de la tarde *Meio Dia*, el vespertino *Gazetta de Noticias* y la revista semanal ilustrada *Aurora*] [...] en Chile [...] se difundía en diversos lugares del país una hoja de propaganda llamada *Radio Express*, que contenía las últimas noticias proporcionadas por la radio. [...] El mayor éxito fue [...] la actividad propagandística en Bolivia donde [...] el 90 por ciento de la propaganda realizada desde el extranjero “era efectuada por Alemania.”<sup>18</sup>

En lo que respecta a México, la actividad propagandística estaba en manos de Arthur Dietrich, este fue el agregado de prensa alemana en México por instrucción del Ministerio de Relaciones Exteriores en Berlín. “En 1935, [Rudt Von] Collenberg, quien fuera el embajador de Alemania en México, anunció que Arthur Dietrich había sido designado agregado de prensa de la legación alemana en la ciudad de México”,<sup>19</sup> este desde su llegada trató de relacionarse con las figuras políticas y periodistas filo- fascistas, lo que nos lleva a responder la segunda cuestión planteada al inicio ¿por qué ra-

---

<sup>17</sup>Jean-Marie Domenach, *La propaganda política*, p. 447.

<sup>18</sup>Jean-Marie Domenach, *La propaganda política*, p. 447.

<sup>19</sup>Carlos Inclán fuentes, *perote y los nazis*, “las políticas de control y vigilancia del Estado mexicano a los Ciudadanos Alemanes Durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1946), p. 58.

zón se introdujo propaganda dentro de México? El objetivo de Dietrich era mantener a México neutral en la guerra para continuar con las relaciones comerciales de alta importancia con el país.

“Dietrich llevó a cabo sus actividades en unas oficinas que instaló en la colonia Juárez en el centro de la ciudad de México”.<sup>20</sup> Entre las actividades que realizó en este periodo estuvieron: la fundación de periódicos y revistas de carácter político y entre estas publicaciones, fundó la revista *Timón Continental* en 1940, y bajo la dirección de José Vasconcelos, esta comenzó a circular en el país a partir de dicho momento.

El escritor I. Bar-Lewaw en su artículo “La Revista “Timón” y la colaboración nazi de José Vasconcelos” expone “al comenzar la Segunda Guerra Mundial [...] los alemanes buscaban [...] a agentes de todos los países neutrales para interpretar el punto de vista de los Nazis”,<sup>21</sup> y para ellos uno de los puntos más importantes en el mapa nazi era América Latina, buscaban allí intelectuales con cierto peso e influencia. Nadie podía servirles mejor que J. Vasconcelos [...] con la ayuda de los comerciantes alemanes en México – los que, al publicarse la revista *Timón*, anunciaban allí sus productos y mercancías- el agregado de prensa de la embajada nazi en la ciudad de México, Walter Dietrich, financiaba la empresa.<sup>22</sup>

No solo Dietrich financiaba la revista, también lo hacían los empresarios alemanes que se encontraban en México. En el consorcio estuvieron representados los intereses económicos alemanes de las industrias químicas, farmacéuticas y de equipo fotográfico [...] no solo es visto como “pieza central” de la propaganda alemana, sino también como representante importante de los intereses comerciales alemanes.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> Carlos Inclán Fuentes, *Perote y los nazis*, p. 61.

<sup>21</sup> I. Bar-Lewaw, “La revista “Timón” y la Colaboración Nazi de José Vasconcelos”, p. 152.

<sup>22</sup> I. Bar-Lewaw, “La revista “Timón”, p. 152.

<sup>23</sup> I. Bar-Lewaw, “La revista “Timón”, p. 61.

Los empresarios alemanes radicados en el país eran enrolados en el sistema Nazi, muchos en contra de su voluntad, ya que si no accedían a participar se realizaba un boicot hacia sus empresas, razón por la cual varios de estos accedían a financiar la propaganda que circulaba en el territorio mexicano.

Como ya se ha mencionado, las empresas alemanas en México eran vigiladas por el partido Nazi “Los nombres de negocios germanos proveían de información a los nazis sobre cualquier cosa que pudiera interesar”,<sup>24</sup> por medio del agregado comercial de la legación alemana en territorio mexicano. Así mismo estas empresas tenían la obligación de privilegiar a los empleados alemanes, se les ofrecían los mejores puestos y aumentos salariales, con el fin de que pudieran dar sus cuotas a la comunidad popular mexicana.

Algunos de los comerciantes alemanes que se anunciaban en *Timón* fueron: “Bayer”, joyería “La violeta”; polvo de los jesuitas; películas Agfa; “Sal de Uvas Picot”; crema “Nívea”; agua de colonia “Divina”; “Vino San German”; “PEBECO”; “Dentifrico Odol; entre otros, todos estos financiaban la revista y podían anunciar sus productos dentro de la misma. “La mayoría de los alemanes en México, aunque desafectos la política nazi, estaban ligados a la economía alemana”.<sup>25</sup> Bayer, Odol y Nivea, eran marcas alemanas reconocidas. En los anuncios se mostraban paisajes de ciudades dentro del país, siempre resaltando la belleza femenina, como lo muestra la siguiente fotografía.

---

<sup>24</sup> Archivo General de la Nación, “Nazismo en México”, Investigaciones políticas y sociales, reporte de los inspectores, expedientes 131/648 a 131654, caja 23 y 83.

<sup>25</sup> José Bernal de León, *La Quinta Columna en el Continente Americano*, pp. 144-145.

Imagen 1 <sup>26</sup>

A continuación se muestran algunas fotografías de los anuncios de los comerciantes en *Timón*.

Imagen 2



Imagen 3



<sup>26</sup> Revista *Timón*, México, número 3, (1940).

Imagen 3



Imagen 4



*Timón* fue concebida como una revista semanal de cultura política disfrazada [...] de refinada publicación familiar, un espacio impreso [...] donde coincidieron periodistas y escritores antiimperialistas, germanófilos, antisemitas, hispanistas y anticomunistas,<sup>27</sup> algunos de los escritores fueron militantes de la campaña vasconcelista de 1929, como el caso de Andrés Henestrosa; otros periodistas fueron: Alfonso Junco; Benjamín Jarnès; Eduardo de Ontañón; David Niño Arce; José Calero; el Dr. Atl; Elena Sodi de Pallares y el propio Vasconcelos, por mencionar algunos. Cabe destacar que muchos de los artículos expuestos en la revista carecían de firma, solo algunos la contenían como el caso del siguiente artículo firmado por José Vasconcelos.<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Héctor Orestes Aguilar, *Ese Olvidado Nazi Mexicano de Nombre José Vasconcelos*, p. 154.

<sup>28</sup> *Revista Timón*, México, número 3, (1940).

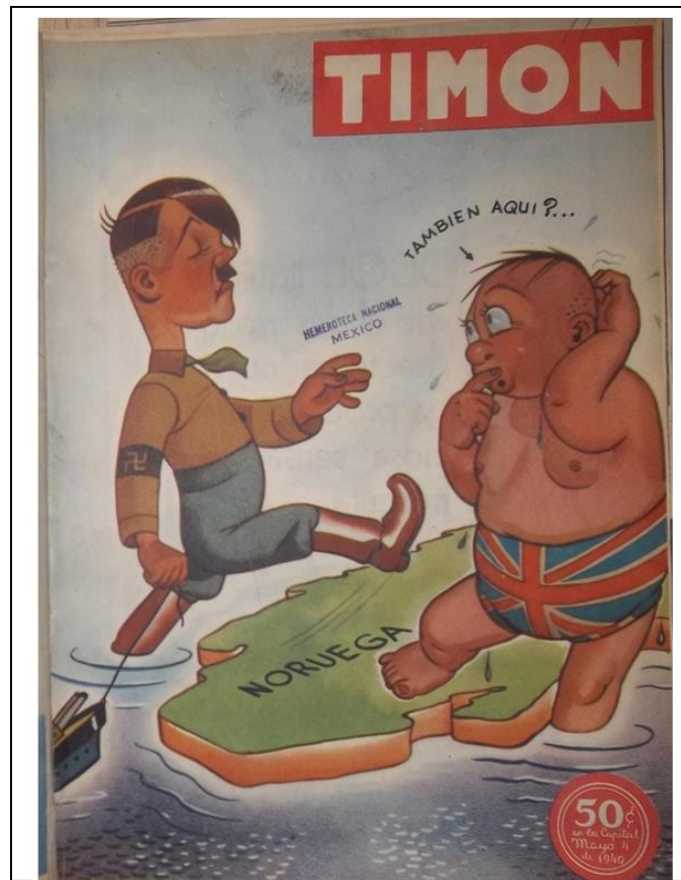
Imagen 6



La estructura de la revista era simple, formato tabloide, portadas a colores, las otras páginas de la publicación eran en blanco y negro, cada número contenía 48 páginas las cuales se dividían en tres a dos columnas aproximadamente, contenía dos secciones una fija la cual contenía, Cartones de guerra, caricaturas políticas, deportes, salud, consejo para la vida familiar y un apartado literario. La sección no fija o irregular contenía cine, religión, ciencia, opera y moda para las mujeres.



Imagen 7



La fotografía presentada, es la portada del número 1, hace alusión a la conquista de Noruega por parte de los alemanes, poniendo a Churchill como un bebé con la bandera de Inglaterra como pañal, para los alemanes Winston Churchill era un débil, por lo cual no debía ser mostrado con respeto.<sup>29</sup>

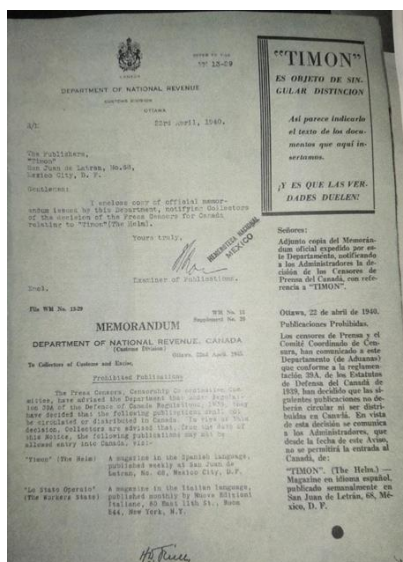
En algunos artículos se apoyaba al gobierno de Cárdenas pero se sobresaltaba el descontento hacia este, debido al apoyo de su gobierno al anti-norteamericanismo y al enojo con el gobierno de Lázaro Cárdenas al cual tachaban de comunista, como bien lo expresa el artículo que aparece en el

<sup>29</sup> *Revista Timón*, México, número 11, (1940).

número 10 el 27 de abril de 1940, el cual apoyaba la ideología imperialista de Estados Unidos con el lema del Panamericanismo “el Panamericanismo, con todos sus inconvenientes de orden moral y patriótico nos proporciona para el caso fatal una salvaguarda del decoro”.<sup>30</sup>

El nombre completo de la revista era “Timón revista continental” lo que se pretendía era publicarla en el continente Americano, no obstante, solo se logró que algunos números llegaran a Canadá, aquí un apartado que llama la atención, es un memorándum del departamento de aduanas de Canadá prohibiendo la circulación de la revista en territorio canadiense “[...] de los Estatutos de Defensa del Canadá de 1939, han decidido que las siguientes publicaciones no deberán circular ni ser distribuidas en Canadá.”<sup>31</sup>

**Imagen 8**



Este memorándum aparece traducido al español a un costado de una fotografía del original, esto es por dos aspectos, la primera debido a que la

<sup>30</sup> *Revista Timón*, México, número 10, (1940).

<sup>31</sup> *Revista Timón*, México, número 11, (1940).



mayoría de los lectores eran extranjeros, principalmente norteamericanos, y la segunda, es que estaba destinada a la población mexicana, que en su minoría eran los que podían acceder a esta revista.

El objetivo de esta revista, era obviamente enaltecer al nazismo, favorecer al eje Berlín-Roma, pero no aparecen artículos sobre Japón (hay que recordar que El Imperio del Sol Naciente entró de lleno a la guerra después del ataque al Pearl Harbor), *Timón* estaba contra los aliados, principalmente Inglaterra y EE.UU. como lo muestra la siguiente fotografía.<sup>32</sup>

Imagen 9



<sup>32</sup> *Revista Timón*, México, número 13, (1940).

Se transcribían fragmentos de los discursos de Adolfo Hitler, sus tácticas bélicas, su poderío militar sobre Europa, Hitler debía ser mostrado como el salvador del mundo para tener una amplia aceptación por parte del público mexicano.

### Imagen 10



En esta fotografía se muestra la campaña de Noruega, e insiste que Inglaterra dejó solos a los noruegos como lo hicieron con los franceses, “la ocupación a Noruega fue para evitar inútiles derramamientos de sangre”.<sup>33</sup> La revista sólo logró circular unos cuantos meses, el primer número se publicó el 22 de febrero de 1940 y el último número en publicarse fue el 14 de junio de 1940, aproximadamente fueron cinco meses los que se publicaron 17 números. Esa publicación solo estaban enfocadas a cierto sector de la sociedad, la clase alta para ser exacto, ya que el precio era elevado

<sup>33</sup> *Revista Timón*, México, número 13, (1940).

(\$0.50 pesos) el contenido de la revista era variado, contenía informes de la ópera, la moda, el deporte, consejos para la salud, caricaturas políticas, la tecnología alemana y pedazos de novelas y fragmentos de los discursos de Hitler. Sin embargo, la mayor parte de la información era acerca de la Segunda Guerra Mundial, incluía artículos firmados, otros de forma anónima sobre el avance de Alemania en los frentes militares.

Todo eso contenía el *Timón*, pero, ¿José Vasconcelos fungió como agente para la propaganda nazi? una de las ambiciones de José Vasconcelos era la presidencia de México, él cómo su grupo de editores creían que, si Alemania ganaba la guerra, este quedaría a la cabeza del país por haber participado activamente con el Tercer Reich, pero las esperanzas del director del *Timón* quedaron socavadas cuando el gobierno canceló su edición el 14 de junio de 1940. Al final cuales “[...] fueran los motivos personales de José Vasconcelos, no cabe ninguna duda que la revista *Timón*, bajo su dirección personal y los artículos allí publicados [...] constituyen una mancha muy grave en la vida de este escritor mexicano”.<sup>34</sup> Al finalizar la Segunda Guerra Mundial Vasconcelos negó que *Timón* fuese una revista pro-alemana, también negó rotundamente haber recibido dinero del embajador alemán Arthur Dietrich, aunque las fotografías dicen lo contrario, en las siguientes imágenes vemos a Vasconcelos en la embajada alemana junto funcionarios del II Reich como Dietrich.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup>Héctor Orestes Aguilar, *Ese Olvidado Nazi Mexicano de Nombre José Vasconcelos*, p. 156

<sup>35</sup> *Revista Timón*, México, número 12, (1940).

**Imagen 11**

En conclusión, los intereses alemanes en México eran estratégicos, debido a su ubicación geográfica, siendo vecino de Estados Unidos podía fungir como intermediario o un puente para una posible invasión a territorio norteamericano, por este motivo los germanos se concentraron en mantener lazos políticos y económicos, estos vínculos se observaron desde la época Guillermina, aunque se vieron fracturados a causa de la Primera Guerra Mundial, y se observaba una posible ruptura total. Los nazis con el ascenso de Hitler al poder se enfocaron en reparar y que mejor que la expropiación petrolera para poder volver a concentrar un acuerdo económico, ya instaurado un pacto mercantil, se podía abrir una oficina de propaganda Nazi, así ganar adeptos para el régimen alemán.

Vemos que el papel que desempeñó la *revista Timón* como agente de propaganda nazi fue mínimo debido a dos factores, el primero es que su precio era muy elevado en comparación con otras revistas y periódicos de

la época como *El Universal* y *Excélsior*, por lo cual solo estaba destinado a las clases altas y los turistas, quienes al verla creían que en la guerra era necesario apoyar a Alemania, quien tenía la ventaja en el conflicto bélico. La revista contenía artículos anti aliados, la mayoría de la información estaba contra Inglaterra, Francia y los Estados Unidos. El segundo factor se debe que *Timón* solo logró circular aproximadamente 5 meses, la razón es que fue clausurada por el gobierno tras la expulsión de Dietrich del país y este dejó de realizar sus actividades como agregado de la propaganda nazi y los alemanes perdieron terreno propagandístico frente a los aliados en México.

Por otro lado, nos damos cuenta que la propaganda bélica durante la segunda guerra mundial fue importante para que los nazis consolidaran su poder, principalmente en Europa, en lo que respecta a América Latina se dieron cuenta que debían mantener el control político y comercial que habían logrado, por ello fue necesario desacreditar a los Aliados y con esto reducir o aniquilar el control de Estados Unidos sobre Latinoamérica.

## **Referencias**

### **Fuentes Primarias:**

#### **Archivos:**

AGN, “Nazismo en México”, investigaciones políticas y sociales, reporte de los inspectores PS-10y PS-24, Expedientes 131/648 a 131/654, caja 83, 23 mayo de 1940.

### **Hemerográficas**

Vasconcelos, José (director), *Timón Revista Continental*, todos los números de marzo- junio de 1940, Hemeroteca Nacional-UNAM.

**Fuentes Secundarias:**

Bernal de León, José. *La Quinta Columna en el Continente Americano*, México, Ediciones Culturales Mexicanas.

Borrego E, Salvador. *La Derrota Mundial*, "Supracapitalismo y Marxismo en Pareja Globalizadora", México: 52 Edición, 2011.

Domenach, Jean-Marie. *La Propaganda Política*, EUDEBA, Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1968.

Echazarreta Carrión Julián, Guillermo López García. "manipulación de las masas y propaganda en Alemania nazi", artículo publicado en *las Actas del V Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea*, Valencia, 2000.

I. Bar-Lewaw, "La revista "Timón" y la Colaboración Nazi de José Vasconcelos". Disponible en: [http://cvc.cervantes.es/literatura/aih/pdf/04/aih\\_04\\_1\\_018.pdf](http://cvc.cervantes.es/literatura/aih/pdf/04/aih_04_1_018.pdf)

Ian Kershaw, *Hitler*, FOLIO, 2003

Inclán fuentes, Carlos. *Perote y los Nazis*, "las políticas de control y vigilancia del Estado mexicano a los Ciudadanos Alemanes Durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1946)", UNAM, (colección pluralidad Cultural en México, núm. 34), México, 2013.

J. Evan, Richard. *El Tercer Reich en el Poder, 1933-1939*, traducción de Isabel Obiols Pénelas, primera edición, Barcelona: Ediciones Península, 2007.

Jerzy W. Borejsza. en su obra *La escala del Odio* "movimientos y sistemas autoritarios y fascistas en Europa, 1919-1945", prólogo de Juan Pablo Fush, siglo XXI editores, 2002.

Katz Friedrich. *La Guerra Secreta en México [the secret War in México, The University of Chicago Press, 1981]*, quinta reimpresión, México: Ediciones Era, 2004.

Katz Friedrich. Ensayos Mexicanos, prólogo de John H. Coatsworth, tercera reimpresión, México: Alianza editorial, 1999.

Orestes Aguilar Héctor. "Ese olvidado nazi mexicano de nombre José Vasconcelos, artículo publicado en coincidencias y divergencias. Disponible en: [http://www.aleph.org.mx/jspui/bitstream/56789/8277/1/DOC\\_T2065569\\_ARTICULO\\_8.pdf](http://www.aleph.org.mx/jspui/bitstream/56789/8277/1/DOC_T2065569_ARTICULO_8.pdf)

Rodero Antón, Emma "concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo" texto publicado en las Actas del III Congreso Cultural y Medios de Comunicación, Publicaciones Universidad, Salamanca, 2000.

Silva Herzog, Jesús, *Una Vida en la Vida de México*, México: Siglo XXI Editores, primera edición, 1972.

W. Borejsza Jerzy. "la escalada del odio" "movimientos y sistemas autoritarios y fascistas en Europa, 1919-1945" prólogo de Juan Pablo Fusi, Madrid: Siglo XXI editores, 2002.