

*Propaganda en guerra.*

VARIOS AUTORES.

Salamanca, Consorcio Salamanca, 2002.

JUAN CARLOS RODRÍGUEZ CENTENO

Durante el año 2002 la ciudad de Salamanca tuvo el honor de ser la Capital Europea de la Cultura. Entre las numerosas actividades programadas para celebrar este acontecimiento destacó la exposición "Propaganda en guerra", que se desarrolló entre los meses de noviembre de 2002 y enero de 2003. De la muestra surge este libro que cuenta con la firma de algunos de los más importantes investigadores españoles en materia propagandística, centrando sus colaboraciones en la propaganda que se hizo durante la Guerra Civil (1936-39). La ciudad salmantina y la contienda civil tienen algunos nexos que justifican suficientemente el montaje de la exposición y la edición de este libro. En primer lugar la capital castellano-leonesa se convirtió en la centro político y militar de la España Nacional entre octubre de 1936 y el final de la guerra, ya que en el palacio Episcopal se ubicó la sede del Cuartel General de Franco. En segundo lugar Salamanca alberga el Archivo General de la Guerra Civil Española, el más importante depósito documental del conflicto y cuyos fondos han nutrido mayoritariamente la citada exposición.

El volumen lo abre un epígrafe de Alejandro Pizarroso Quintero, una de las principales autoridades españolas en la materia, autor de *Historia de la propaganda política*, una obra fundamental y referencia obligada para todos los interesados en el tema. En su trabajo el profesor Pizarroso intenta acotar y definir el término, muchas veces confundido con otras manifestaciones de la comunicación persuasiva, para posteriormente centrarse en el concepto de propaganda de guerra y guerra psicológica. Una vez fijados los conceptos, el autor nos ofrece una síntesis panorámica de la propaganda durante la Guerra Civil española en los dos bandos enfrentados, como se organizaron los servicios encargados de su gestión, cuales fueron los medios más utilizados y los mensajes difundidos. El trabajo de Alejandro Pizarroso viene a confirmar el axioma de que en una guerra, máxime cuando es entre conciudadanos, la propaganda lo absorbe todo; cualquier medio es susceptible de convertirse en portador de los mensajes políticos: desde los tradicionales como la prensa, la radio o el cartel a otros como la literatura, el cine o el teatro.

Las literatura al servicio de una u otra causa. Éste es el tema central del segundo capítulo del volumen, cuyo autor es José A. Pérez Bowie. El primer tercio del

Siglo XX fue una época de intensa actividad literaria protagonizada por dos Generaciones, la del 98 y la del 27, cuya producción e influencia saltó los límites de lo estrictamente literario para adentrarse en los terrenos de la política. En consecuencia, no es de extrañar que al nuevo régimen surgido en 1931 se le conociese como la República de los Intelectuales, teniendo en cuenta la importancia que tuvieron en su advenimiento nombres como los de Ortega y Gasset, Unamuno o Pérez de Ayala. El estallido de la guerra supuso la exigencia de un mayor compromiso con ambas causas por parte de los escritores y esto actuó como detonante para la aparición de una literatura de “agitación y propaganda”, abundante en número pero escasa en calidad. Entre la extensa nómina de autores destacan los nombres de Antonio Machado, Alberti y Miguel Hernández (poesía), Ramón J. Sender y Max Aub (narrativa), Casona y Balbontín (teatro), todos ellos al servicio de la República. En la zona franquista resaltaron las figuras de Manuel Machado y Gerardo Diego (poesía), Foxá y Luca de Tena (narrativa), Pemán y Marquina (teatro).

Mirta Núñez Díaz Balart desarrolla en el capítulo siguiente el estatus y la evolución de la prensa como consecuencia del conflicto. Los sucesos del 18 de julio y días posteriores impidieron que los diarios llegasen a la calle y cuando la “normalización” permitió su regreso a los quioscos las transformaciones producidas fueron extraordinarias. Así en uno y otro bando las cabeceras desafectas desaparecen o se reconvierten al servicio de las diferentes ideologías y las afectas dejan de lado la información para convertirse en portavoces propagandísticos. Un significativo reflejo de la división existente en el país es el caso del diario monárquico ABC que en su edición de Sevilla colabora con los sublevados y en su edición madrileña reaparece con el subtítulo de “diario gráfico republicano de izquierdas defensor del Frente Popular”. En una y otra zona la producción de prensa diaria y no diaria experimentó un gran auge surgiendo nuevas cabeceras dirigidas a la retaguardia o a los combatientes atrincherados en los frentes; una prensa por cuyo control se enfrentan, en ambas Españas, las diferentes facciones que apoyan a la una o a la otra (falangistas, carlistas, alfonosinos, jerarquía católica en la zona franquista y comunistas, socialistas y anarquistas en la zona republicana) y que ambos gobiernos intentarán someter.

En 1937 se celebró en París la Exposición Internacional de las Artes y de las Técnicas y en el Pabellón de España (perteneciente a la República) se expuso por primera vez el *Guernica* de Picasso. La España Nacional, que al no estar reconocida oficialmente no pudo montar un stand propio, consiguió estar presente en la muestra gracias al Vaticano, que le cedió un espacio en su pabellón. Allí el pintor Josep María Sert presentó una obra que simbolizaba la participación de Santa Teresa de Jesús en la guerra. Al igual que estos dos artistas, muchos otros de renombre internacional como Zuloaga, Miró, Vázquez Díaz o Calder pusieron su talento al servicio de la propaganda de guerra. Sin duda el máximo exponente de la producción artística surgida

de la contienda lo encontramos en el cartel, un soporte efímero, urgente y directo, características que lo hacen idóneo para las extremas condiciones en que se desarrolla. A estas relaciones entre arte y propaganda dedica Miguel Ángel Gamonal un detallado epígrafe.

Pese a la deficiente y paupérrima tecnología con que contaba la radio en la década de 1930, se convirtió en el gran medio de masas al estallar el conflicto. Carmelo Gari-tonandía expone la capital importancia que tuvo este medio durante las primeras horas del golpe militar, como el general Queipo de Llano adquirió el rango de “speaker” estrella de las ondas o como todas las noches millones de personas de ambas zonas agudizaban los oídos a la hora del “parte”. Está demostrado que, desde siempre, las necesidades militares han hecho desarrollar la tecnología y en este sentido la guerra supuso un triste acicate para la evolución de la radio en España: se crearon nuevas estaciones con mayor potencia y mejores medios, gracias a la colaboración de Alemania, Italia o la Unión Soviética. Quizá el hito más sobresaliente (dejando de lado a Queipo) fue la creación en zona franquista de Radio Nacional de España, la radio pública que llega hasta nuestros días.

Señala Román Gubern “que no es exagerado afirmar que la Guerra Civil española supuso la primera utilización masiva del cine sonoro en una crisis bélica”. El prestigioso historiador, autor de *1936-1939: La guerra de España en la pantalla*, aborda en su trabajo la extensa producción cinematográfica filmada durante la contienda y que comprende películas de ficción, cortometrajes, documentales y noticieros. Al iniciarse la guerra la mayor parte de la infraestructura quedó en zona republicana y en consecuencia su volumen de producción fue mucho mayor al realizado en zona nacional, que en los primeros momentos del levantamiento militar sólo pudo contar con algunos equipos de rodaje que se encontraban en Córdoba y Cádiz. Esta precaria situación inicial se fue superando paulatinamente con la colaboración técnica portuguesa, alemana e italiana. En la zona gubernamental destacaron las producciones de marchamo anarquista y comunista fuertemente influenciadas, técnica y creativamente, por el cine soviético. Dejando de lado los filmes políticos, los espectadores de una y otra zona seguían prefiriendo el cine norteamericano, un cine escapista, de glamour y ensueño, un cine, en definitiva, que les permitía olvidar por unas horas la dura realidad de una guerra.

Si hubiera que sintetizar en una imagen la guerra de España, ésta sería sin duda la fotografía que Robert Capa hizo al miliciano anarquista cayendo muerto en un combate a principios de septiembre de 1936 en Cerro Muriano (Córdoba); una imagen que dio la vuelta al mundo y que sirvió (y sirve) para ilustrar numerosos reportajes, libros y documentales sobre la contienda española. Al igual que Capa, una gran cantidad de fotógrafos, periodistas y reporteros, españoles y foráneos, cubrieron con sus

cámaras los casi mil días que duró aquella guerra fratricida y nos legaron un fondo documental que abarca desde las grandes batallas a la vida cotidiana de las ciudades asediadas; desde la pose épica de los héroes militares al dolor en los rostros de las víctimas anónimas. Antonio Pantoja y Ramón Esparza concluyen el volumen con dos capítulos dedicados al análisis y la reflexión sobre la imagen fotográfica como testimonio y documento histórico.

En este *Propaganda en guerra* se dan cita los investigadores españoles de mayor prestigio y en sus trabajos dejan patentes como la literatura, la prensa, el arte, la radio, el cine y la fotografía son utilizados como correas de transmisión ideológica, como armas de guerra, como vehículos de la propaganda. Ahora bien, si como indica el profesor Pizarroso “la propaganda se desarrolla a través de una multiplicidad casi infinita de medios” y en una situación extrema, como son las guerras, cualquier actividad es susceptible de ser utilizada como medio propagandístico, estimamos que esta magnífica obra hubiera ofrecido una visión más completa si hubiese incluido un epígrafe que agrupase otros medios que utilizó la propaganda bélica, como la educación, la publicidad comercial, las cartas y postales del servicio de correos, los espectáculos (toros, variedades, conciertos...), entre otros. Obviando esta pequeña laguna, la lectura de este libro nos permite observar un panorama amplio, general y clarificador de como ambos bandos enfrentados utilizaron lo que Althusser denomina “aparatos de transmisión ideológicos”, es decir los medios de comunicación, la literatura o el arte, y como se convirtieron en armas de guerra. Su estudio y análisis adquieren una mayor importancia si tenemos en cuenta que para los países de nuestro entorno la guerra de España supuso una especie de laboratorio donde no sólo se probó el armamento que se utilizaría en la próxima gran contienda, sino que también sirvió como banco de pruebas de una actividad propagandística que pocos años más tarde se pondría en práctica en una Europa en guerra.