

LA CONFIGURACIÓN DE LA PROPAGANDA EN LA ESPAÑA NACIONAL (1936-1941)

Carlos Pulpillo Leiva

Instituto de Humanidades de la Universidad Rey Juan Carlos

RESUMEN:

La Guerra Civil Española fue un enfrentamiento en el que la propaganda tuvo una gran importancia porque a través de ella puede analizarse los argumentos que cada uno de los bandos tuvieron en el conflicto. Propaganda que se institucionalizó a través de organismos oficiales. El presente artículo pretende hacer un acercamiento de cómo se configuró la propaganda nacional durante el contexto de la guerra hasta 1941; cuáles fueron los canales de difusión utilizados y, por último lo más importante, cuáles fueron los mensajes que desde los organismos oficiales intentaron que calasen en la sociedad.

ABSTRACT:

The Spanish Civil War was a confrontation in which propaganda had a major influence. Through it, both sides' arguments can be analyzed. This very propaganda became institutionalized through the official organizations. This article intends to approach how National propaganda was organized during the Civil War and until 1941; how it was distribute, and finally and most importantly what messages did the official organizations try to convey to society.

PALABRAS CLAVE: *Propaganda, bando nacional, Falange.*

KEYWORDS: *Propaganda, nationalist side, Falange.*

1.- INTRODUCCIÓN

La guerra civil española fue el punto de partida del franquismo. Fue un conflicto bélico y a la vez ideológico entre dos posiciones contrapuestas de España, manifestándose también como una “guerra de ideas”, en la que ya no es solo necesario vencer sino también convencer. Para desarrollar esta labor se llevó a cabo la organización de unas estructuras y medios propagandísticos que, acorde con la época, manifiestan una “guerra de informaciones” en paralelo a las diferentes campañas bélicas.

La propaganda¹ es, por tanto, un campo importante de estudio puesto que en ella podemos ver los argumentos y justificaciones que motivan y alimentan el con-

¹ Propaganda proviene latino *propagare* que significa “perpetuar, acrecentar, extender”. Pero la acepción actual del término se origina en el periodo de la Contrarreforma en la “Sacra Congregatio de Propaganda Fide”, cuando el Papa Gregorio XV instituye la Congregación para la Evangelización de los Pueblos (Propaganda fide).

Harold D. Lasswell define el término como: “...la manipulación más o menos deliberada mediante símbolos, palabras, gestos, banderas, imágenes, monumentos, música, etc., del pensamiento o de las acciones de otras personas en lo que se refiere a creencias, valores y comportamientos que aquellas personas llamadas “reactores” consideran como discutibles”. Definición de la *International Encyclopedia of the Social Sciences*.

flicto, siendo un arma bélica más. Esta no deja de ser un sistema comunicativo en el que tenemos un emisor, un receptor, un mensaje, un medio y un canal sobre los cuales fluye la información. Pero con la finalidad de que los mensajes manipulen las ideas, los sentimientos, la mentalidad..., es decir, que sugiera a la población receptora de la misma y aporte legitimidad al organismo emisor. En consecuencia, lo verdaderamente importante de la propaganda son los efectos y la repercusión que tienen los mensajes en los receptores².

Los receptores de la propaganda se encaminan en cuatro direcciones: en primer lugar a la vanguardia para mantener la moral de los combatientes; en segundo lugar, a la retaguardia puesto que es la que nutre de hombre los frentes; en tercer lugar a los neutrales con la finalidad de impedir que se alíen con el enemigo e intentar atraerlos a la causa, como mal menor conseguir que no intervengan; por último, se dirige también al enemigo tanto en su vanguardia como en su retaguardia. En este último caso, estamos haciendo referencia a la idea de *guerra psicológica*, que se refiere básicamente a los mensajes destinados al enemigo y supone un contenido muy interesante de la actuación de los agentes propagandistas dado que significa el uso planificado de la propaganda para generar opiniones, emociones, actitudes, etc., en el enemigo con la finalidad

² Para la difusión del mensaje se utilizan unas técnicas de propaganda que podemos sintetizar: 1) Empleo de estereotipos; 2) Sustitución de nombres; 3) Selección de hechos; 4) Mentira descarada; 5) Repetición; 6) Afirmación; 7) Señalar al enemigo; 8) Alusión a la autoridad; 9) Simplificación; y 10) Exageración. Para ampliar estas cuestiones consultar: BROWN, James A.C. *Técnicas de persuasión: de la propaganda al lavado de cerebro*. Madrid, Alianza, 2004.

de que apoyen los objetivos que se plantea el órgano emisor.

Finalmente hemos de decir que la utilización de los medios propagandísticos no era contemporánea a la guerra, puesto que podemos encontrar diferentes múltiples ejemplos a lo largo de la Historia. Sin embargo, se puede afirmar que las verdaderas novedades que la guerra civil española aporta son la utilización del cine sonoro y la radio como medios de difusión de las ideas. Siendo verdaderamente esta segunda la que manifiesta una auténtica innovación tanto en el tratamiento de la comunicación hacia la población; como en los destinatarios, dado que está pensado tanto para un consumo interno como externo.

2.- LA ORGANIZACIÓN DE LA PROPAGANDA

La propaganda del bando nacional en la guerra civil no posee en su configuración un carácter homogéneo y en ella se puede apreciar la influencia de las diversas familias políticas que aportaron el cuerpo ideológico al Estado. De los diferentes grupos a los que podemos hacer referencia³, tenemos que destacar, por un

³ Según Ricardo de la Cierva se pueden diferenciar una serie de grupos intelectuales que son importantes en la configuración de la influencia propagandística:

1.- *Grupo falangista* de Pamplona, con personajes como Fermín de Yzurdiaga, Eugenio D'Ors y Rafael García Serrano entre otros.

2.- *Grupo gubernamental* de Burgos, con José María Pemán, Jesús Pabón...

3.- *Grupo de Salamanca* con Víctor de la Serna, Ernesto Giménez Caballero, Martín Almagro, Maximiano García Venero.

4.- *Grupo fascitizado* —aunque Ricardo de la Cierva lo nombra como fascista— organizado entorno de

lado, al “Grupo gubernamental del Burgo”, puesto que va a ser en él donde se va a configurar la organización propagandística oficial del Estado; y, por otro lado, a la Falange debido a que fue el grupo con una mayor definición ideológica y que fue fundamental en el control de la propaganda del Estado⁴.

a.— La configuración oficial de la propaganda del bando nacional

Para conocer la evolución de los organismos propagandísticos de la España Nacional es importante comprender la evolución política del Estado. Las diferentes configuraciones políticas —Junta de Defensa Nacional, Junta Técnica del Estado, gobiernos...— prestaron atención a la propaganda como un campo necesario para poder convencer, primero en la guerra, y posteriormente en la paz.

la figura de Ramón Serrano Suñer y en el que destacan personajes tan importantes como Antonio Tovar, Pedro Laín Entralgo y Dionisio Riujejo.

5.— *Grupo de juristas y políticos*, entre los que se destacan sobre todo los ex ministros de la Monarquía, como Pedro Sangrón, Juan Ventosa, Salvador Minguíjón...

6.— *El grupo de los periodistas* donde destacan figuras tan importantes como Manuel Aznar, Juan Ignacio Luca de Tena o Víctor Ruíz Albéniz.

7.— La orquestación político cultural que se consiguió bajo el *ministerio de Pedro Sainz Rodríguez*.

Aunque hemos de decir que la pertenencia a uno de estos grupos no era un destacamento cerrado sino que encontramos a estos personajes colaborando en diferentes revistas y publicaciones de la época. Quizá faltaría por añadir lo pequeña organización propagandística que llevaron a cabo los carlistas.

CIERVA, Ricardo de la. (1996) *Historia esencial de la Guerra Civil Española. Todos los problemas resueltos, sesenta años después*. Madrid, Fénix, 1996. p. 623.

⁴ Para ver el desarrollo de la propaganda en el primer franquismo: PIZARROSO QUINTERO, Alejandro. “La Guerra Civil española, un hito en la historia de la propaganda”, en *El Argonauta Español*, Número 2, 2005.

1.— La Junta de Defensa Nacional organizó un Gabinete de Prensa⁵ donde se centralizó la información y la prensa, a cuyo frente puso a director del diario madrileño *Informaciones* Juan Pujol Martínez, auxiliado por Joaquín Arrarás. El Gabinete se reorganizó el 24 de agosto como una Oficina de Prensa y Propaganda⁶ adoptando una función informativa, de difusión de los contenidos y adoctrinamiento de la población, como medio didáctico para crear españoles afines a la causa de los sublevados.

La guerra fue la que determinó la creación de esta primigenia oficina, puesto que exigía la puesta en marcha de los métodos de conquista y control de los medios de comunicación. Por ende, los militares tuvieron mucha presencia en estos momentos en la impronta que se puede comprobar en la utilización de la censura previa de los contenidos, el tono agresivo y belicoso de los mensajes... En consecuencia, los medios comunicativos fueron utilizados como un instrumento, provocando la confusión inicial entre información y propaganda, que se asimilaban como sinónimos⁷. Según García Venero fue en estos momentos de indefinición inicial cuando surgió la creación de unos de los lemas más representados de la España Nacional: “*Una patria. Un*

⁵ *Boletín Oficial de la Junta de Defensa Nacional de España*. Núm. 5. Orden de 5 de agosto de 1936. Acordando la creación, bajo la inmediata dependencia de la Junta de Defensa Nacional, de un Gabinete de Prensa. 9 de agosto de 1936.

⁶ *Boletín Oficial de la Junta de Defensa Nacional de España*. Núm. 11. Orden de 24 de agosto de 1936. Disponiendo que el Gabinete de Prensa, creado por Orden de 5 del corriente, se denominará en lo sucesivo Oficina de Prensa y Propaganda. 25 de agosto de 1936.

⁷ BARRERA, Carlos. *Periodismo y franquismo. De la censura a la apertura*. Barcelona, Ediciones Internacionales Universitarias, 1995. pp. 31-32.

Estado. Un Caudillo”, el cual sería posteriormente explotado por el general Millán-Astray⁸.

Pero se puede decir que la Junta de Defensa Nacional no dio a la propaganda el protagonismo que tendría posteriormente. Ello se debió a tres causas fundamentales: en primer lugar a la menor necesidad interna de propaganda en la zona nacional como consecuencia del carácter militar de las autoridades que utilizaron una disciplina castrense. En segundo lugar, la idea de optimismo que tenían los nacionales. Y, finalmente, la prioridad que había de ganar la guerra en el campo de batalla antes que en el campo de las “ideas”⁹. El porqué de esta cuestión es que los militares que llevaron a cabo el alzamiento consideraban la guerra por encima de todo y además no esperaban, en estos momentos, que el conflicto fuese a durar casi tres años.

Sin embargo, a medida que avanza la contienda se puede comprobar cómo el concepto de guerra de ideas va tomando cuerpo y contenido, dado que se expresa el enfrentamiento de una España contra otra. Una, la verdadera, representada por Dios y la Patria y, otra, la que sale derrotada, marcada por la “descalificación de la raza”, el caos y la influencia extranjerizante.

2.— Con la elección de Franco para la Jefatura del Estado se configuró una Junta Técnica (1 de octubre de 1936) que le apoyase en la gestión política¹⁰. El punto cuarto de la ley que dio cuerpo al organismo recogía la creación de una Sección de Prensa y Propaganda dentro de la Comisión de Cultura y Enseñanza de la Junta Técnica del Estado¹¹. Juan Pujol fue sustituido al frente de la prensa y propaganda por el general mutilado José Millán-Astray. Nombramiento marcado claramente por ese “espíritu del tercio”, al que hacía referencia Vegas Latapié¹², de los primeros momentos de la configuración del Estado. Sobre la gestión que Millán-Astray efectuaba, Serrano Suñer recuerda:

“La única doctrina política acuñada cuando yo aparecí en Salamanca era la del caudillismo político reflejada en el lema ideado por Millán-Astray, que entonces dirigía —en principio creo que solo de hecho y sin formal nombramiento— el Servicio de Prensa y Propaganda: “Una Patria: España, Un Caudillo: Franco”, que era inserción obligatoria en todos los periódicos. Los periódicos falangistas que lo publicaban a regañadientes solían añadir para consuelo de los suyos “Un Estado: nacionalsindicalista”¹³.

Millán-Astray fue elegido para el cargo sobre todo porque era una persona de

⁸ Maximiano García Venero expone que fue Juan Pujol el ideólogo del conocido lema: “Una Patria. Un Estado. Un Caudillo”. Sin embargo, otros autores como por ejemplo Ramón Serrano Suñer se lo atribuye directamente al General Millán-Astray. GARCÍA VENERO, Maximiano. *Falange en la guerra de España: la Unificación y Hedilla*. París, Ruedo Ibérico, 1967. p. 307.

⁹ NUÑEZ DE PRADO CLAVELL, Sara. *Servicios de información y propaganda en la Guerra Española, 1936-1939*. Madrid, Universidad Complutense, 1992. pp. 309-311.

¹⁰ TUSELL, Javier. *Franco en la guerra civil. Una biografía política*. Barcelona, Tusquets, 1992, pp. 57-67.

¹¹ *Boletín Oficial del Estado*. Núm. 1. Ley Estableciendo la Organización Administrativa da que ha de ajustarse la nueva estructuración del Estado. 2 de octubre de 1936.

¹² VEGAS LATAPIÉ, Eugenio. *Los caminos del desengaño: memorias políticas II 1936-1938*. Madrid, Tebas 1987. p. 173.

¹³ SERRANO SUÑER, Ramón. *Entre el silencio y la propaganda, la Historia como fue. Memorias*. Barcelona, Planeta, 1977. p. 159.

confianza de Franco, quien le encargó vigilar la moral de las tropas e informarle de cualquier movimiento subversivo¹⁴. Sin embargo, no podemos desdeñar sus valores militares y, sobre todo, su importante capacidad de oratoria. El componente militar de la oficina confería a la gestión un importante grado de elementalidad doctrinal, con la ventaja de evitar la identificación del nuevo Régimen con cuestiones políticas que hubiesen causado el malestar de algunos elementos de la retaguardia y, además, daba a la propaganda un acento de arenga que servía más como factor aglutinante que disgregador¹⁵. Preston destaca Millán-Astray dirigía la oficina de prensa del bando nacional como si fuera un cuartel, convocaba a los periodistas a golpe de silbato y luego pronunciaba una arenga como solía hacer en la Legión antes de entrar en combate¹⁶.

La oficina de Prensa y Propaganda fue instalada en el Palacio de Anaya de Salamanca —Colegio de San Bartolomé—. El Jefe de la Sección se rodeó de los mejores personajes que pudo encontrar en la Salamanca de 1936: Pablo Merry de Val, Joaquín Arrarás, Agustín de Foxá, Ernesto Giménez Caballero, Gonzalo de Aguilera, Luis Antonio Bolín...

Sin embargo, el hecho más conocido de la gestión de Millán-Astray al frente de prensa y propaganda fue el conocido incidente con Unamuno el 12 de octubre de 1936 —*Día de la Raza*— en el paraninfo

de la Universidad de Zaragoza. Allí el intelectual bilbaíno replicó ante la irracionalidad que manifestaban los mensajes de las personas que intervenían en los discursos. Manifestó que la guerra no era civil sino incivil, que vencer no es convenir, y que los catalanes y vascos no eran más antiespañoles que los presentes. Millán-Astray lo interrumpió vehementemente con “¡Mueran los intelectuales!”, a lo que Unamuno respondió que dentro de un templo de la sabiduría ese argumento significaba una auténtica profanación. Carmen Polo, presente en el acto, intermedió y libró al escritor de una mayor represalia. El 31 de diciembre de 1936 falleció en su arresto domiciliario consternado por la situación que estaba viviendo España¹⁷. A pesar del problema con Millán-Astray la prensa nacional manifestaba la adhesión de Unamuno a la causa nacional y recogió con tristeza la pérdida del escritor bilbaíno¹⁸.

3.— Un nuevo cambio en la estructura de la organización propagandística vino el 14 de enero de 1937 cuando se creó en Salamanca la Delegación de Prensa y Propaganda, adscrita a la Secretaria General del Jefe del Estado y nombrando a Vicente Gay Forner como Delegado. El preámbulo de la ley que da cuerpo a la Delegación justifica su creación de la siguiente manera:

“La gran influencia que en la vida de los pueblos tiene el empleo de la propaganda, en sus variadas manifestaciones, y el envenenamiento moral a que había llegado

¹⁴ TOGORES, Luis Eugenio. *Millán-Astray. Legionario*. Barcelona, Planeta de Agostini, 2003. p. 303.

¹⁵ FERRARY, Álvaro. *El Franquismo: Minorías políticas y conflictos ideológicos (1936-1956)*. Pamplona, EUNSA, 1993. p. 54.

¹⁶ PRESTON, Paul. *Franco, Caudillo de España*. Barcelona, DeBolsillo, 2011. p. 221.

¹⁷ TRAPIELLO, Andrés. *Las armas y las letras. Literatura y guerra civil (1936-1939)*. Barcelona, Destino, 2010. pp. 55-56. PRESTON, Paul. (2011) *Op. Cit.* pp. 222-223. TOGORES, Luis Eugenio. (2003) *Op. Cit.* pp. 327-347.

¹⁸ *ABC de Sevilla*, 1 de enero de 1937.

nuestra Nación, causado por las perniciosas campañas difusoras de doctrinas disolventes, llevadas a cabo en los últimos años, y la más grave y dañosa que realizan en el extranjero agentes rusos al servicio de la revolución comunista, aconsejan reglamentar los medios de propaganda y difusión a fin de que se restablezca el imperio de la verdad, divulgando al mismo tiempo, la gran obra de reconstrucción Nacional que el nuevo Estado ha emprendido (...)¹⁹.

El texto manifiesta las intenciones primarias del Servicio: se organiza para luchar contra la visión que los organismos propagandísticos republicanos están dando de la nueva España, apoyados por agentes internacionales —soviéticos—. Es decir, desde los primeros momentos el franquismo también se está preocupando por su imagen exterior. Lo que van a defender es la búsqueda de la verdad —su verdad— junto con la necesaria difusión de las acciones —ya sean bélicas, políticas o de reconstrucción— que está desarrollando el gobierno del bando nacional. En este sentido, la finalidad de la Delegación se manifiesta en el artículo 2 del decreto de la siguiente manera:

“(...) utilizando la prensa diaria y periódica y demás medios de difusión, la de dar a conocer, tanto en el extranjero como en toda España, el carácter del Movimiento Nacional, sus obras y sus posibilidades y cuantas noticias exactas sirvan para oponerse a la calumniosa campaña que se hace por elementos “rojos” en el campo internacional”. Además el Delegado también tenía atribuciones para “orientar la prensa, coordinar el servicio de las estaciones de radio, señalar las normas a que

ha de sujetarse la censura y (...) dirigir toda la propaganda por medio del cine, radio, periódicos, folletos y conferencias (...)”.

Desde los primeros momentos la Delegación buscó tener un servicio más eficaz sobre todo haciendo hincapié en una mejor estructuración de los rangos inferiores de la organización propagandística puesto que estos deben estar representados en todos los escalafones del Estado. Por ello, para el buen funcionamiento del sistema la coordinación con gobernadores y alcaldes era fundamental, siendo unos mecanismos de control de los canales informativos. Además dedicó especial atención a la censura puesto que fue el mecanismo más eficaz para poder actuar directamente sobre los contenidos de los mensajes²⁰. Se quiere controlar a todo sujeto o dirigente que pueda influir en las personas, y quieren dar un mensaje coordinado de unidad.

Gay Forner fue sustituido en abril de 1937 por el comandante de ingenieros Manuel Arias Paz. La gestión de Gay había estado caracterizada por ser más favorable a los intereses del ejército y los monárquicos —colaboraba en su equipo autores que habían escrito en *Acción Española*— que a Falange lo que hacía que no fuese aceptado por estos últimos y motivaba algunos roces con la Jefatura de Prensa de Falange²¹. El nombramiento de

¹⁹ *Boletín Oficial del Estado*. Núm. 89. Decreto núm. 180. Creando la Delegación para Prensa y Propaganda. 17 de enero de 1937.

²⁰ *Boletín Oficial del Estado*. Núm. 226. Orden dictando reglas para la mayor eficacia en los servicios encomendados a la Delegación del Estado para Prensa y Propaganda. 3 de junio de 1937.

²¹ Uno de los conflictos más destacados fue el 2 de febrero de 1937, Dionisio Ridruejo nos explica que los servicios de Prensa y Propaganda de Falange tenían la costumbre de imprimir y circular los discursos de José Antonio conmemorando las fechas de su primera alocución. El de ese día

Arias Paz, como expone Dionisio Ridruejo, no fue completamente aceptado por los diferentes sectores que apoyaban al primer franquismo y que Serrano utilizaba en Prensa y Propaganda:

“Cuando se nombró al comandante de Ingenieros Arias Paz como jefe de Prensa y Propaganda, con la asistencia de los comandantes Moreno Torres y Torres-Enciso, los escritores de Acción Española, a quienes se dio en la nueva máquina una función desproporcionadamente menor a sus aspiraciones, reaccionaron virulentamente. Serrano había jugado una baza equivocada o sirvió a una operación de cautela contraproducente. Hubiera nombrado a un falangista, a un carlista o a un monárquico y sólo hubiera cosechado la enemistad de algún sector. De aquello modo se atrajo la de todos”²².

Lo importante de la gestión de esta Delegación es que paulatinamente fue centralizando las competencias del Parti-

contenía ataques contra la derecha y postulaba el desmontaje revolucionario contra el capitalismo. La Dirección de Prensa y Propaganda del Estado prohibió el discurso. Los falangistas, por su parte, pensaban que no se debía acatar esa prohibición y el texto impreso llegó a las provincias, donde debía repartirse por las calles y leerse en la radio. Aunque los falangistas se prepararon para alguna medida de fuerza que pudiera tomar el gobierno. Se repartieron los discursos y se llevó a cabo la lectura radiofónica funcionando todo sin problemas. Sin embargo, al día siguiente fueron detenidos José Antonio Girón de Velasco, Antonio Tovar, Narciso García, Javier Martínez de Bedoya y quien nos cuenta este relato. La Auditoría Militar comenzó un sumarísimo proceso de urgencia por rebelión militar. Los falangistas se agolparon en Salamanca pidiendo la liberación que llegaría negociada por la Junta de Mando con el Cuartel General y el 4 de febrero estaban liberados. Este tipo de hechos muestran las discrepancias existentes entre Falange y el Cuartel General que se intentaron solucionar —como veremos— con la unificación. RIDRUEJO, Dionisio. *Casi unas memorias*. Barcelona, Península, 2007. pp. 196-197.

²² RIDRUEJO, Dionisio. (2007) *Op. Cit.* p. 223.

do en el Estado, sobre todo tras importante Decreto de Unificación, para evitar los problemas y la duplicidad de opiniones que genera conflicto. Pero aún estaban separados.

3.— A comienzos de 1938 se organizó el primer gobierno de la España Nacional. Las competencias de prensa y propaganda, tanto del Estado como del Partido, quedaron centralizadas definitivamente en la Delegación de Prensa y Propaganda que pasó a estar controlada desde el Ministerio del Interior que dirigía Ramón Serrano Suñer. El hecho muestra un claro reforzamiento de la posición de Serrano en el Estado gracias al control de los medios informativos. Además el Partido pasó a tener un mayor peso en la Delegación y en ellos buscó a sus diversos cargos: 1) *Subsecretario*: Pepe Lorente Sanz; 2) *Director General de Propaganda*: Dionisio Ridruejo; 3) *Director General de Prensa*: José Antonio Giménez-Arnau; 4) *Jefe de los Servicios de Radio dependientes de las dos Direcciones Generales*: Antonio Tovar; 5) *Servicio de Ediciones*: Pedro Laín Entralgo; 6) *Servicio de Propaganda Exterior*: Jesús Pabón; 7) *Director del Información del Servicio de Prensa*: Ramón Garriga; 8) *Servicio de Cine*: Augusto García Viñolas; 9) *Servicio de Teatro*: Luis Escobar; 10) *Servicio de Bellas Artes*: Eugenio D’Ors; 11) *Servicio de Propaganda Directa*: Juan Ramón Masoliver; y 12) *Servicio de Plástica*: Juan Cabanas²³.

Esta nueva situación organizativa manifestaba el creciente peso de Falange en el nuevo Estado, que se enfoca hacia un dirigismo cultural y editorial. De todos

²³ PALACIOS BAÑUELOS, Luis. *Memoria de una época. La Guerra Civil Española (1936–1939)*. Volumen III. *La evolución de las dos Españas*. Madrid, Club Internacional del Libro, 2004. p. 229.

ellos, destaca la labor de Dionisio Ridruejo estructurando la Dirección General de Propaganda, de lo que Payne expone: “(...) se dedicó a montar un aparato de propaganda “totalitario”, y los elementos más revolucionario de la Falange ejerciendo casi un control absoluto sobre la información. El joven Dionisio fue calificado de “Goebbels español”, comparación a todas luces excesiva, basada únicamente en la escasa estatura física de ambos. Ridruejo era el mejor orador del Partido después de José Antonio, y se esforzó en mantener el “estilo poético” del jefe desaparecido”²⁴.

El control total sobre los medios de comunicación tiene su máxima expresión en la Ley de Prensa del 22 de abril de 1938²⁵. Esta se originó, como manifiesta José Antonio Giménez-Arnau autor de la misma, con carácter de dad —aunque duró hasta 1966— dado que debía ser el primer paso legislativo en este campo para ir desarrollándolo posteriormente:

“(...) He trabajado muchas noches y he pensado muchas horas en una Ley de Prensa que durante el curso del conflicto pueda salir al paso de los peligros que pudiesen derivarse de indiscreciones o de ataques subterráneos de la prensa. En el articulado de la Ley, que yo pienso que a durar todo lo más un par de años y luego se prolonga durante veintiocho, está explícitamente determinado el carácter

transitorio que yo atribuyo a esta Ley (...)”²⁶.

La nueva ordenación de la prensa hace especial hincapié en la capacidad que tienen los medios para transmitir al Estado las voces de la Nación y comunicar a esta las órdenes y directrices del gobierno. En consecuencia, da un papel muy importante al organigrama comunicativo del Estado con el argumento de que a través de la prensa la población está informada de lo que debe hacer. En este sentido, el control que el Estado ha de tener sobre los medios comunicativos, su censura y sus trabajadores ha de ser férreo para que transmita el mensaje que se debe exponer. Otros aspectos interesantes de la Ley de Prensa son:

-Todo ha de estar supeditado al interés nacional y contribuir a la formación de una cultura popular.

-Regulación del número y extensión de las publicaciones periódicas, intervención en la designación del personal de la directiva, reglamentación de la profesión periodística, vigilancia de las actividades de la prensa, censura... control total de la producción periodística.

-Presencia de profesionales del ministerio en todos los estratos de la administración para fomentar el control. En esta organización tienen un papel fundamental el Ministerio del Interior, el Servicio Nacional de Prensa y los Gobiernos Civiles. Además el Ministerio del Interior debía ser el encargado de nombrar a todos los responsables de los servicios de prensa.

-El Gobierno es quien se encarga de nombrar a los Directores de los periódicos.

²⁴ PAYNE, Stanley G. *Falange. Historia del fascismo español*. Madrid, SARPE, 1985. p. 185.

²⁵ *Boletín Oficial del Estado*. Núm. 550. Ley de Prensa (rectificada). 24 de abril de 1938.

²⁶ GIMENEZ-ARNAU, José Antonio. *Memorias de memoria. Descifre vucencia personalmente*. Barcelona, Destino, 1978. pp. 97-98.

cos y sobre ellos recae toda la responsabilidad de las noticias que aparecen.

-Creación de un Registro Oficial de Periodistas destinado a controlar a todos los profesionales de la información y en el que han de estar inscritos todos, incluido los Directores. También se fomentan cursos de formación para los mismos.

-Por último, destaca las sanciones que se pueden imponer con carácter gubernativo tanto a los directores de periódicos, las empresas y a los periodistas.

En conclusión, podemos decir que la característica fundamental de esta Ley es que la prensa se supeditaba por completo al Estado, controlando la formación y la acción de los periodistas con especial hincapié en la información que estos transmitían al exterior. Lo que se pretende es que la profesión pueda llegar a catalogarse como una institución más del Régimen. Por tanto, Falange, que tenía gran presencia en el Ministerio del Interior, controló la prensa y propaganda del Estado, desdeñando a otros grupos de presión²⁷.

Una vez aprobada la Ley, en julio de 1938, el Servicio Nacional de Prensa absorbió las competencias de prensa que tenía el Partido. De este modo, se centralizaban definitivamente los contenidos

informativos bajo unas mismas directivas permaneciendo los hombres de Falange como los más fieles valedores de la información del Estado.

4.- El final de la guerra trajo una nueva modificación en la estructura de Prensa y Propaganda. En agosto de 1939 Serrano Suñer organizó una nueva institución que asumió parte de las competencias que tenía el Ministerio en esta materia, aunque él seguía manteniendo el control último, que denominó Subsecretaría de Prensa y Propaganda, al frente del cual situó a José María Alfaro.

Desde este momento la idea fundamental que se defiende fue: una vez acabada la guerra hay que preparar los argumentos para resistir la propaganda antiespañola que se harán los emigrados, es decir, los exiliados republicanos que están apoyados por elementos extremistas extranjeros. Además el desarrollo de la Subsecretaría coincide con el comienzo de la Segunda Guerra Mundial por lo que los mensajes tienen un marcado mensaje germanófilo y combativo respecto a los aliados en los comienzos del conflicto. Mostrándose el mayor auge de Falange.

Posteriormente, en mayo de 1940 organizó la Sección Central de la Subsecretaría de Prensa y Propaganda cuya función era coordinar las direcciones generales y el personal de administración que tenía en las diferentes delegaciones para tener una centralización de los contenidos²⁸. De estas Delegaciones destacan sobre todo las que estaban en el exterior

²⁷ Aspecto sobre el que el Primado Gomá se quejó a Franco y Serrano Suñer a finales de 1938. Ello se debe a la unificación de criterios que sufrió la prensa católica: "(...) Le explico mi teoría de que no es igual un periódico católico en manos del Estado que en manos de la Iglesia, por razón de que la Iglesia no cambia y quiere libertad, mientras el Estado mira a sus conveniencias de momento y puede ser representado un día por personas ajenas a nuestra religión (...)". ANDRÉS-GALLEGO, José. *¿Fascismo o Estado católico? Ideología, religión y censura en la España de Franco, 1937-1941*. Madrid, Encuentro, 1997. pp. 181-182.

²⁸ *Boletín Oficial del Estado*. Núm. 168. Orden de 31 de mayo de 1940 por la que se dispone a la organización y funciones de la Sección Central de la Subsecretaría de Prensa y Propaganda.

puesto que eran focos de difusión de la doctrina que se emanaba desde Burgos y, posteriormente, desde Madrid.

5.— Debido a la crisis de mayo de 1941, en la que los falangistas tuvieron una importante presencia, las competencias de la Subsecretaría pasaron a la recién creada *Vicesecretaría de Educación Popular*²⁹. José Luis Arrese asumió la tutela de las competencias propagandísticas dando lugar a un periodo sin tanta presencia de Serrano Suñer.

b.— Falange y sus organización propagandística

Para comprender la importancia de la propaganda en la configuración del Régimen del General Franco no se puede dejar de lado la organización que en este campo desarrolló, en paralelo a la anterior, la Falange. Grupo político que poseía una entidad propia antes del Decreto de Unificación desde su configuración en 1933.

En el periodo republicano, Falange ya contaba con una Jefatura de Prensa y Propaganda. Con el Alzamiento la Junta de Mando Provisional³⁰ fue consciente de la importancia de la propaganda por lo que renovó en su cargo a Vicente Cade-

nas —conocedor del sistema propagandístico alemán— encomendándosele el cometido de coordinar y controlar las diferentes iniciativas propagandísticas particulares que se desarrollaron con la finalidad de mantener íntegro el ideario falangista. Para ello intentó dotar a la propaganda de unidad y pureza doctrinal.

La Jefatura fue centralizada en San Sebastián y fomentó la creación de nuevo periódicos como *Arriba España* (Pamplona), *Sur* (Málaga) *Libertad* (Valladolid), *Amanecer* (Zaragoza), *Unidad* (San Sebastián), etc. Ferrary destaca el gran avance de personal que tienen las empresas editoriales controladas por Falange entre el alzamiento y el Decreto de Unificación puesto que muestra el potencial cultural de Falange en la retaguardia. Como representantes del grupo de hombres con cierto renombre anterior hay que contar a Eugenio d'Ors, Eugenio Montes, Rafael Sánchez Mazas, Óscar Pérez Solís, Ernesto Giménez Caballero... aunque no se pueden obviar a: Pedro Laín Entralgo, Fermín de Yzurdiaga, José Antonio Giménez-Arnau, Rafael García Serrano, Antonio Tovar, Dionisio Ridruejo, Javier Martínez de Bedoya...³¹

Sin embargo, la Jefatura tuvo dificultades para conseguir la homogeneidad deseada dado que los diferentes núcleos falangistas no estaban lo suficientemente coordinados. Sin olvidar los problemas existentes dentro del falangismo a causa del encarcelamiento del José Antonio y la lucha por el poder que existía. La promulgación del Decreto de Unificación supuso que la Delegación de Prensa y

²⁹ Ley de 20 de mayo de 1941, por la que se transfieren los Servicios de Prensa y Propaganda a la Vicesecretaría de Educación de F.E.T. y de las J.O.N.S., que se crea por la presente Ley. En la que se recogía que “Todos los Servicios y Organismos que, en materia de Prensa y Propaganda y sus respectivas competencias dependían de la Subsecretaría de Prensa y Propaganda y del Ministerio de la Gobernación se transfieren a la Vicesecretaría de Educación Popular de la Falange Española Tradicionalista y de las J.O.N.S.”

³⁰ La Junta de Mandos Provisional se creó el 4 de septiembre de 1936 en una reunión de los Jefes Provinciales en Valladolid que actuaba como órganos supremos hasta el regreso de José Antonio que estaba encarcelado.

³¹ Para ver la lista completa de colaboradores podemos acudir a: FERRARY, Álvaro. (1993) *Op. Cit.* p. 69.

Propaganda controlase, en teoría, los órganos propagandísticos de FE de las JONS y de la Comunión Tradicionalista³². Pese a ello, Falange siguió conservando una buena parte de sus competencias propagandísticas a través de la Delegación Nacional de Prensa y Propaganda de Falange Española Tradicionalista y de las JONS —que proviene de la fusión de la Jefatura Nacional de Prensa y Propaganda de FE de las JONS con la Delegación de Prensa y Propaganda de la Comunión Tradicionalista—, y se eligió al sacerdote Fermín de Yzuriaga como jefe de propaganda de la nueva Falange. De la organización que hizo el cura navarro, Serrano Suñer destaca:

“(...)Yzuriaga era útil porque había sabido rodearse de media docena de personas de la mejor calidad intelectual, empezando por el propio d’Ors y de excelentes escritores entonces jóvenes —que hoy ya no lo son tanto, como García Serrano, Ángel María Pascual y otros nombres que no recuerdo—. Y puesto que ya disponía de “equipo” resultaba más cómodo nombrarle a él que elegir a cualquier otro en época en que, además ciertos falangistas preferían no dar el paso a la colaboración formal hasta que el orden de la unifica-

ción se pusiera un poco más a tono de sus exigencia”³³.

La estructura que llevó a cabo Yzuriaga se valía del trabajo que había estado desarrollando en Pamplona en su periódico *Arriba España*. Como expone Ridruejo, su acción fue poco organizativa y casi enteramente personal, poniendo en marcha una colección de libros, periódicos incautados y la lujosa revista *Jerarquía*³⁴.

En octubre de 1937 Prensa y Propaganda de las JONS fue nuevamente reestructurada para compartir mayores competencias con el Estado, evitar conflictos entre facciones, manejar mejor la censura y así centralizar el mensaje. El control definitivo del Estado y de Serrano Suñer de la Prensa y Propaganda del Partido vino con la creación del primer gobierno del Estado en enero de 1938 en el que éste obtuvo todas las competencias en este campo tanto del estado como del Partido.

Pero lo importante de Falange es lo que aporta al mensaje de la propaganda: 1) Sobrevaloración de “Nación” y “Patria” como principios inviolables; 2) El hombre es aquel que hace suyo el valor del servicio permanente a la comunidad; 3) La libertad, la peculiaridad y la unidad propias se alcanzan sirviendo a la armonía total; 4) Cada español tiene un servicio propio en el Estado como articulador de la Nación; 5) Cuanto más fuerte es la nación, más libre es la persona; 6) El periodista es un servidor de la Nación; 7) El

³² El carlismo también tenía una organización de prensa antes del Decreto de Unificación. Con el estallido del conflicto, el día 20 de julio se creó la Junta Central Carlista de Guerra de Navarra en la que se configuró una Oficina de Prensa y Propaganda. Posteriormente, el 28 de agosto de 1936, se reconfiguraría en una Delegación de Prensa y Propaganda de la Comunión Tradicionalista. Los objetivos que se planteaba era intentar difundir en la sociedad el deseo de instaurar una monarquía tradicional y defender el catolicismo. Su lema más conocido “Dios, Patria y Rey” representa de forma resumida sus aspiraciones. PEÑAS BERNARDO DE QUIROS, Juan Carlos. *El carlismo, la república y la guerra civil (1936-1937). De la conspiración a la Unificación*. Madrid, Actas, 1996. pp. 133-137.

³³ SERRANO SUÑER, Ramón. (1977) *Op. Cit.* p. 178.

³⁴ RIDRUEJO, Dionisio. (2007) *Op. Cit.* pp. 241-242.

Estado debe ser el regulador de la actividad periodística; 8) Servicio significa obediencia; y 9) Frente a la crítica debe estar el servicio a la comunidad, la obediencia a la jerarquía y la superioridad de los intereses nacionales³⁵.

3.- LOS CANALES DE DIFUSIÓN

El organigrama propagandístico necesitaba unos canales de difusión a través de los cuales la información pudiese llegar a la población. En un contexto bélico cualquier circunstancia, desde unas palabras a un partido de fútbol, puede ser interpretada en clave propagandística puesto que se adaptan con símbolos, mensajes, imágenes... a las premisas de la nueva España. Por ello se menciona una propaganda de carácter totalitario, en la que todos los resortes del Estado son válidos para difundir los mensajes.

Pero antes de entrar a analizar los canales propagandísticos hay que hacer referencia a la importancia de la palabra como canal fundamental a través del cual toman cuerpo los pensamientos. Probablemente es el arma más potente que los seres humanos tenemos para lograr la sugestión del otro. En este campo, posiblemente una de las victorias más importantes de la España sublevada en el terreno de la propaganda fue lograr para sí el calificativo de nacional. Ahí es donde radica la importancia de las palabras, en el hecho de poder asimilar un concepto tan

amplio como el de nación a un bando exclusivo de la guerra.

La palabra nos pone en el camino de la propaganda de masas puesto que su utilización, ya sea a pequeña escala con conversaciones o a mayor nivel con grandes discursos, es un componente fundamental del adoctrinamiento de la sociedad. También es importante el sentido que se quiera dar a las mismas puesto que en ocasiones se usan *eufemismos*, es decir, manifestar las cosas con matizaciones y sin expresar el verdadero mensaje maquillando el escenario real para sea aceptado por la sociedad. Las insinuaciones, sentidos indirectos... es un medio muy utilizado por los diferentes bandos para mostrar la realidad del conflicto. En este sentido se ve el cambio de términos como por ejemplo denominar la ensaladilla rusa como ensaladilla nacional o Caperucita Roja como Caperucita Azul...

En la utilización de la palabra, ya sea con propaganda escrita o audiovisual, hemos de tener en cuenta el concepto de propaganda inconsciente. Esta la podemos definir como la de aquel mensaje que traspaasa el nivel de conciencia del ser humano y se incorpora a su inconsciente. En consecuencia moldea su conducta sin que intervenga su voluntad consciente en la acción. En este sentido la utilización en las diferentes publicaciones del bando nacional de personajes importantes de la actualidad no es algo casual, sino con una idea predeterminada de que a través de la buena prosa pueda calar el mensaje entre la sociedad. Esto nos lleva también a plantear la cierta mitificación de la falta de intelectuales en la España nacional. El problema no es quizá de cantidad sino de calidad en el sentido de que, en general,

³⁵ PALACIOS BAÑUELOS, Luis. *Historia de España*. Vol. XXI. *El franquismo y la España de la posguerra*. Madrid, Club Internacional del Libro, 2007. p. 253.

los más reconocidos se pusieron de la mano de la República, pero eso no supone que la España Nacional no tuviese sus adeptos en el terreno intelectual. Podemos destacar a Pedro Laín Entralgo, José María Pemán, Pio Baroja, Manuel Machado, Álvaro Cunqueiro, José Antonio Giménez-Arnau, Concha Espina, Pedro Gómez Aparicio, Fray Justo Pérez de Urbel, Melchor Fernández Almagro, Jesús Pabón, Agustín de Foxá...³⁶

a.— Propaganda escrita

1.— La industria y producción editorial se vio afectada de lleno por la guerra, sobre todo por la falta inicial de escritores y literatos motivado por el miedo, la muerte y el exilio, además de las dificultades materiales derivadas del conflicto. Posteriormente, en la Delegación de Prensa y Propaganda del primer gobierno del franquismo, debido a la importancia que el Director General de Propaganda daba a la literatura, se organizó un Servicio de Ediciones y Publicaciones —denominado Jefatura de Ediciones y Publicaciones del Estado— al frente del cual se situó a Pedro Laín Entralgo. Entre los colaboradores destacan Luis Rosales, Luis Felipe Vivanco, Gonzalo Torrente Ballester, Antonio Tovar, Jesús Ercilla o Juan Beneyto entre otros. Las finalidades que esta presentaba en el campo editorial eran:

- 1.— Dar a conocer la Doctrina del Movimiento Nacional, para difundir el programa del Estado Español.
- 2.— Dar a conocer la epopeya guerrera de España contra el marxismo y poner de manifiesto la posición de nuestra política internacional.

3.— Exponer y propagar lo más puro del pensamiento español de todos los tiempos.

4.— Publicar obras que puedan servir de norma o incentivo en las letras, las artes y la cultura.

5.— Publicaciones de folletos de orden político destinados a la formación y educación política del pueblo español.

6.— Control y publicación de revistas de doctrina y literatura.

Todo ello contribuyó a una importante tarea de edición destacando: recopilaciones de textos del Caudillo, Obras completas de José Antonio Primo de Rivera, Onésimo Redondo, Ramiro Ledesma, Antologías de JONS, *La Conquista del Estado*, Breviarios del Pensamiento Español —Donoso Cortés, Vázquez de Mella, obras literarias —*El Poema de la Bestia y el Ángel* (José María Pemán), *Madrid de Corte a Cheka* (Agustín de Foxá), etc.

2.— También se utilizaron panfletos, folletos, *eslógenes*, pasquines... como la forma más básica de la propaganda, puesto que se utilizaban directamente en la retaguardia o en los frentes de combate. Las proclamas sencillas y directas fueron un arma fundamental de la comunicación del Bando nacional con el fin de hacer llegar un mensaje veraz y sencillo a sus interlocutores. La producción de los mismos dependía igualmente del Servicio de Ediciones y Publicaciones.

Poseen asimismo relación con la producción de cartelería cuando se unía el texto a una imagen impactante con la idea de crear un impacto visual sobre el sujeto receptor.

Los temas de las mismas eran comba-

³⁶ CIERVA, Ricardo de la. (1996) *Op. Cit.* p. 624.

ce del comunismo, a la higiene, al orden, la disciplina... aunque posiblemente el fundamental era la presentación de Franco y las capacidades que tiene de cara a salvar a España de todos los males que sufre. El propio Camilo José Cela afirma al respecto: “La propaganda tendía a hacer de Franco una entelequia, el superhombre habitado por un espíritu puro, el enviado de los dioses para el mejor gobierno del pueblo elegido, etc.; recuérdense las frases —si supiera escribir con mayor destreza la lengua española podría llegar a llamarles gratuitas supercherías— con que se machacaba a los españoles desde todos los muros del país y ya desde el comienzo de la contienda:

“Honor ¡FRANCO!
 Heroísmo ¡FRANCO!
 Fe ¡FRANCO!
 Autoridad ¡FRANCO!
 Justicia ¡FRANCO!
 Eficacia ¡FRANCO!
 Inteligencia ¡FRANCO!
 Voluntad ¡FRANCO!
 Austeridad ¡FRANCO!

¡Viva España!

Una Patria: España.

Un Caudillo: Franco.

Franco manda y España obedece

Saludo a Franco.

Arriba España.

Esta última necesidad disfrazada de consigna también era costumbre ponerla en los sobres de las cartas³⁷.

³⁷ PALACIOS BAÑUELOS, Luis. *El Franquismo Ordinario*. León, Akron & CSED, 2011. p. 50.

Como se puede comprobar esa descripción de los valores que ha de transmitir Caudillo se reproducían también, como se ha mencionado, en carteles destinados a un público que lo pudiese interpretar y que finalmente se fuese sociabilizando con el nuevo Régimen.

3.— El estallido de la guerra supuso un gran impacto para la prensa en España. El bando nacional contó en sus inicios con pocos periódicos y revistas. Aspecto motivado por la falta de medios materiales y el aislamiento inicial de las agencias de información —solo apoyados en esta materia por alemanes e italianos—. Los mensajes de estos primeros momentos estuvieron caracterizados por no a contar la realidad de los hechos sino a intentar de desmoralizar y desprestigiar al enemigo, junto con elevar la moral de los combatientes y de la población española en la retaguardia.

Pero fue una vez que se configuró la Delegación de Prensa y Propaganda cuando la prensa tuvo un importante avance en el bando nacional. Motivado, sobre todo, por las conquistas que el ejército desarrollaba lo que aportaba mayores materiales, recursos y potenciales receptores directos de la información³⁸. Fue en estos momentos cuando se crearon los principales rotativos del nuevo Estado³⁹.

³⁸ GIMENEZ-ARNAU, José Antonio. (1978) *Op. Cit.* pp. 75-90.

³⁹ El profesor Vicente Palacio Atard desarrolló a mediados de los años sesenta un importante proyecto de recopilación documental de periódicos y revistas de los dos bandos de la guerra en los *Cuadernos Bibliográficos de la Guerra de España*, que como comenta Manuel Espadas Burgos, supuso una de las ayudas más importantes desde el punto de vista a ayuda al investigador y de aportación documental. PALACIOS BAÑUELOS, Luis (editor científico). *Vicente Palacio Atard, maestro de historiadores*. Madrid, Akron & CSED, 2012.

A parte de la prensa normalizada en la retaguardia también pusieron en marcha periódicos de trinchera, cuyo objetivo estaba centrado en el adoctrinamiento, el entretenimiento y la exaltación del sentimiento patriótico en la misma línea de batalla⁴⁰.

Un caso que merece especial atención por su originalidad es lo ocurrido con el periódico monárquico *ABC*. El estallido del conflicto supuso que las dos ediciones que se hacían del diario —Madrid y Sevilla— quedasen una en cada bando. En este sentido se puede comprobarse la contraposición de premisas de cara a vencer la guerra, dado que uno se rige por las leyes de prensa de la República y el otro por las órdenes del mismo tema del bando nacional⁴¹.

También hay que hacer referencia a la *Agencia EFE* creada por Serrano Suñer, aunque según expone Giménez-Arnau en sus memorias, fue él quien “(...) la propuso, quien haría sus estatutos (...)” aunque expone que el mérito de la creación administrativa de la agencia corresponde a Serrano⁴². Esta tras absorber las competencias de la *Agencia Fabra* fue inscrita el 3 de enero de 1939 en base a las premisas de la Ley de Prensa. En un primer momento se instaló en Burgos pero, una vez finalizada la guerra, se trasladó a Madrid. Su objetivo era:

“(...) difundir la verdad española en el mundo y proporcionar a España informa-

ción internacional. Esta doble misión será realizada por procedimiento telefónico, telegráfico, radiofónico, oral, epistolar y gráficos y cuantos medios proporcione la técnica, y abarcará todos los aspectos de la política, cultura, finanzas, artes, literatura, deportes y, en fin, cuanto signifique actualidad (...)”.

Las funciones que la Agencia tenía adjudicadas eran:

- 1.— Contrarrestar los efectos de la “propaganda roja”.
- 2.— Difundir las razones y la justificación del Alzamiento y del a “guerra de salvación”.
- 3.— Luchar por la unidad de España y de los pueblos hispanos.
- 4.— Forjar una conciencia nacional.
- 5.— Defender en el exterior, los intereses españoles e imponer su influencia⁴³.

La importancia de la creación de esta agencia viene determinada por su permanencia en el tiempo, puesto que su acción, adaptadas a la situación democrática, continúa hasta nuestros días.

Aparte de la producción de prensa periódica también hay que hacer referencia a la importante labor que se llevó a cabo desde la Delegación de Prensa y Propaganda —tanto del Estado como de Falange que cada vez, como se ha expuesto anteriormente, estaban más coordinadas— en el campo de las *revistas*. Anteriormente se expuso que la Sección de

⁴⁰ PALACIOS BAÑUELOS, Luis. (2004) *Op. Cit.* p. 235.

⁴¹ Para ver la evolución de ambos periódicos en el contexto bélico consultar: PEREZ MATEOS, Juan Antonio. *ABC. Historia íntima del diario*. Madrid, Hobby Press, 2002. pp. 237-248.

⁴² GIMÉNEZ-ARNAU, José Antonio. (1978) *Op. Cit.* p. 98.

⁴³ PAZ, María Antonia. “La creación de la Agencia EFE: medios técnicos y objetivos”, en TUNÓN DE LARA, Manuel (coord.) *Comunicación cultura y política durante la II República y la Guerra Civil. II Encuentro de Historia de la Prensa*. Volumen II. *España, 1931-1939*. Bilbao, Universidad del País Vasco, 1990. pp. 518-530.

Ediciones y Publicaciones también tenía encargado el control y producción de las revistas de doctrina y literarias. En este sentido tenemos, en primer lugar, las que han pervivido de época anterior y que han tenido que adaptarse a las nuevas necesidades y postulados del bando nacional; y en segundo lugar, las de nuevo cuño, nacidas con la finalidad de defender unos postulados concretos en la nueva España.

La temática de las revistas fueron de diversa índole aunque un postulado fundamental se debió al carácter poético y literario que quieren dar a la nueva producción muy en consonancia con los postulados joseantonianos: “(...) los pueblos no los han movido nunca más que los poetas, y ¡ay del que no sepa levantar, frente a la poesía que destruye, la poesía que promete!”⁴⁴. Las principales revistas de este periodo podemos decir que son: *FE* y *Jerarquía*. Aunque también destacan: *Vértice*, *Revista de Estudios Políticos*, *Escorial*, *Revista Nacional de Educación*, *Ejército*, *Revista ilustrada de las Armas y Servicios*, *Revista General de Marina*, *Revista de Arte*, *Revista de Arqueología*, etc. Finalmente no podemos olvidar las revistas gráficas destinadas a la juventud como, por ejemplo, *Flechas* y *Pelayos*.

b.— Propaganda audiovisual

1.— La imagen fue otro componente importante debido a su utilización como recurso propagandístico. El nuevo Estado fue consciente de la potencialidad didáctica de la imagen puesto que una

imagen, complementada con un buen pie de página, puede lograr una importante sugestión en el sujeto receptor. La intencionalidad de las mismas es evidente puesto que significa un todo, una realidad, un producto que vale para la defensa de unos ideales.

¿Qué nos dice una imagen? Créete te lo que ves y no reflexiones sobre la realidad porque está ya está plasmada en un cliché. Además te explicamos en una simple frase la significación de la misma, ¿para qué pensar y cuestionarte la realidad/verdad que el Estado te presenta?

2.— Sin embargo, la radio fue el medio que mayor innovación supuso en la guerra civil y con gran difusión posteriormente. Ambos bandos utilizaron con profusión los mensajes radiofónicos como el medio más sencillo para llegar a los interlocutores en diferentes espacios. A través de ellas se conocieron normas, poesías, conferencias... es decir, fue un medio de difusión de ideas que contribuyó de manera clara a una “guerra de palabras”.

Sin embargo, los nacionales partieron de una desventaja evidente en el comienzo del conflicto dado que solo controlaba 16 emisoras de corto alcance. Pero la importancia de la misma viene determinada desde el mismo comienzo puesto que los sublevados proclamaron el Estado de Guerra a través de *Radio Centa*.

Pero la acción del bando nacional en el campo radiofónico quedó plasmada en dos acciones: en primer lugar por la labor que Queipo de Llano desarrolló desde Radio Sevilla. Este general utilizó sus “Charlas” como un arma psicológica más

⁴⁴ Discurso fundacional de Falange en el Teatro de la Comedia el 29 de octubre de 1933. PRIMO DE RIVERA, José Antonio. *Obras completas*. Madrid, Afrodísio Aguado, 1945. pp. 17-25.

de la guerra mostrando una gran eficacia en el campo propagandístico. Comenzó su actuación en los micrófonos el mismo día del alzamiento hasta el 1 de febrero de 1938, en el que parece ser que lo hizo por iniciativa propia tras haber hablado con Sainz Rodríguez⁴⁵. En segundo lugar, hay que destacar la creación de *Radio Nacional de España* en Salamanca, que fue inaugurada el 19 de enero de 1937. El déficit de materiales de los nacionales en este campo fue paliado por la contribución técnica que hicieron tanto alemanes como italianos, gracias a la gestión de Luis Antonio Bolín quien además centró su labor en la contratación de locutores —como por ejemplo, Fernando Fernández de Córdoba—, periodistas o la gestión de las visitas de corresponsales extranjeros al frente. Pero tampoco debemos olvidar la acción propagandística en los frentes de batalla que se hacía con *Altavoces del Frente*. Utilizando camiones para hacer llegar los mensajes propagandísticos a la vanguardia enemiga, con la peligrosidad que ello conllevaba.

En relación con la radiodifusión hay también que destacar la importancia de la música, dado que esta se utilizaba para completar la programación radiofónica. Esta también contribuyó al desarrollo propagandístico del primer franquismo gracias a las canciones que “hacían patria”. Entre estas podemos destacar la *Marcha Granadera* —que volvía a ser el Himno Oficial gracias al decreto del 28 de julio de 1937 y con una letra—, el *Himno de la Falange*, el *Oriamendi* y el *Himno de la Legión*. El nuevo Estado entiende la recuperación de estos cantos como la vuelta de los símbolos de la tradición española.

⁴⁵ SAINZ RODRIGUEZ, Pedro. *Testimonios y recuerdos*. Barcelona, Planeta, 1978. pp. 271-272.

3.— Otro canal audiovisual al que se puede hacer referencia es al de los espectáculos. El nuevo Estado, con la gestión de Luis Escobar en la sección de Teatro de la Delegación de Prensa y Propaganda, comenzó a desarrollar en las zonas liberadas una importante producción teatral a través de la representación de clásicos españoles en los que se mostrasen los valores a los pasajes de la historia española que se quería destacar.

También hay que hacer mención al deporte. Este se manifiesta, por así decirlo, en dos formas de disfrute: la pasiva y la activa. Ambas contribuyen a la sociabilización de los individuos en un contexto propagandístico determinado y que ha tenido gran profusión desde comienzos del siglo XX⁴⁶. En primer lugar, la forma pasiva es la asistencia a eventos deportivos. Los deportes de carácter colectivo contribuyen a crear un ambiente de unión que es muy útil para la difusión de las doctrinas que se intentan hacer llegar a la sociedad. En concreto, el fútbol crea un ambiente de unión de personas de diversa heterogeneidad bajo un escudo, colores o bandera. La España Nacional va a defender la necesidad del deporte como un método de distracción y va a llevar ya en la propia guerra civil a primera portada de la prensa el enfrentamiento entre la selección española y la selección portuguesa del “amigo” Salazar⁴⁷. En segundo lugar,

⁴⁶ OTERO CARVAJAL, Luis Enrique. “Ocio y deporte en el nacimiento de la sociedad de masas. La sociabilización del deporte como práctica y espectáculo en la España del primer tercio del siglo XX”, en *Cuadernos de Historia Contemporánea*, Núm. 25, 2003. pp. 169-198.

⁴⁷ GARCIA CANDAU, Julián. “Los duelos de la guerra civil: Los dictatoriales España y Portugal”, en *La Opinión de Málaga*, 2 de julio de 2010. Para ver el desarrollo del fútbol durante la guerra civil española consultar: FERNANDEZ SAN-

tenemos la forma activa del deporte, es decir, la práctica de ejercicio, podemos decir de carácter público. ¿Qué finalidad tiene? Qué duda cabe que estar en forma, pero no podemos olvidar que la práctica deportiva para que sea efectiva conlleva una disciplina, una dedicación, una técnica, un trabajo, un esfuerzo... valores todos ellos apreciados por los Estados cara al control de la masa y su población. Además también se contribuía a la buena salud y hábitos de los participantes en estas organizaciones.

4.— Por otro lado, un aspecto importante dentro del primer franquismo son los desfiles, los mítines, las grandes concentraciones, etc. El mimetismo fascista que aportaba Falange se fue adquiriendo con el paso de la guerra y, sobre todo, tras el Decreto de Unificación que hizo que un medio importante de propaganda fuesen las grandes concentraciones de personas, con la simbología que ello conllevaba, en las misas de campaña. Aunque a diferencia de la Italia fascista y la Alemania Nazi España no contó con líderes carismáticos, y fue la Iglesia la que contribuyó a aportar el contenido simbólico e ideológico de estas concentraciones.

5.— El cine también fue un importante medio propagandístico. Sin embargo, al igual que con la radio, el inicio del conflicto estuvo marcado en el bando nacional por la carestía de material cinematográfico⁴⁸. Con la creación de la Dirección General de Propaganda se organizó un Departamento Nacional de Cinema-

tografía a cuyo Frente se situó a Manuel Augusto García Viñolas. El objetivo de este Departamento era:

1. Ejercer el control de la producción nacional para preservar los “valores espirituales de la patria”;
2. Articular la iniciativa privada;
3. Atribuirse la producción de noticieros y documentales políticos⁴⁹.

Por tanto, se pudo comprobar cómo la pretensión final era el control total de la producción cinematográfica y de los contenidos de la misma, puesto que el cine tenía atribuida las funciones de información y formación. Con la evolución de la guerra tanto el material como las producciones del Departamento Nacional de Cinematografía fueron en aumento, dado que incautaron material de las regiones que se iban conquistando. Además fueron poniendo en marcha una serie de pautas y protocolos para la proyección de películas: proyección de una imagen del Caudillo antes de cada película, emisión del himno nacional en el entreacto o la obligación de los espectadores de saludar con el brazo en alto⁵⁰. Estos protocolos estuvieron presentes en las principales ciudades españolas e imponiéndose en las zonas “liberadas”.

El séptimo arte estuvo sujeto férreamente a la censura puesto que esta es la que debía comprobar la pureza y la moral de los contenidos que se exponen en las pantallas. Como se expone en la Orden

TANDER, Carlos. *El fútbol durante la guerra civil y el franquismo*. Madrid, San Martín, 1990.

⁴⁸ Para ver la composición del cine durante la guerra civil podemos acudir a: CRUSELLS, Magí. *La Guerra Civil Española: Cine y Propaganda*. Barcelona, Ariel, 2003.

⁴⁹ TRANCHE, Rafael R. y SÁNCHEZ-BIOSCA, Vicente. *El pasado es el destino. Propaganda y cine del bando nacional en la Guerra Civil*. Madrid, Cátedra / Filmoteca Nacional, 2011. p. 21.

⁵⁰ CANCIO, Raúl C. BOE, cine y franquismo. *El Derecho Administrativo como configurador del cine español durante la dictadura (1939-1975)*. Valencia, Tirant lo Blanch, 2011. p. 26.

de 21 de febrero de 1940 “(...) un espectáculo cinematográfico digno de representar en el mundo nuestra naturaleza nacional”.

Una de las acciones más importantes de este Departamento fue la creación del *Noticiero Español*, en el que se produjeron diecinueve números, y fue el precedente del *NO-DO* —organismo creado por la Vicesecretaría de Educación Popular en el año 1942—⁵¹. Importante porque va a hacer hincapié en los aspectos expuestos anteriormente de información y formación —adoctrinamiento—. Como mencionan Tranche y Sánchez-Biosca en estas producciones se extremaron al máximo los controles y directrices para que cada edición contuviera siempre una dosis adecuada de los grandes ejes de la ideología nacional. García Viñolas lo expone de la siguiente manera:

“Destacar la personalidad del Caudillo; recoger las actividades de Falange, la índole religiosa de nuestros actos en su parte fundamental, la obra social del Nuevo Estado, la incorporación del pueblo a las tareas, las relaciones de España con el extranjero, y las manifestaciones del dominio marxista que dejaron en las ciudades liberadas, para contraste de nuestra obra de reproducción”⁵².

⁵¹ Vicesecretaría de Educación Nacional —Disponiendo la proyección obligatoria y exclusiva del Noticiero Cinematográfico Español y concediendo la exclusividad absoluta de reportajes cinematográficos a la entidad editora del mismo, *Noticieros y Documentales, Cinematográficos “NO-DO”*. Boletín Oficial del Estado núm. 356, de 22/12/1942. p. 10444.

Para ver la evolución del *NO-DO* consultar: RODRIGUEZ MARTINEZ, Saturnino. *El NO-DO, catecismo social de una época*. Madrid, Complutense, 1999.

⁵² Como se puede comprobar este documento de Manuel Augusto García Viñolas titulado *Consigna*

Por último, algunos ejemplos de la producción llevada a cabo por este Departamento son: *Prisioneros de guerra* (Manuel Augusto García Viñolas, 1938), *La Ciudad Universitaria* (Edgar Neville, 1938), *Vivan los hombres libres* (Edgar Neville, 1938), *La liberación de Madrid* (DNC, 1939), *Ya viene el cortejo* (Carlos Arévalo, 1939), *Viaje triunfal del Caudillo por Andalucía* (DNC, 1939)... y, por supuesto, no podemos olvidar la importancia de *Raza* (José Luis Sáenz de Heredia, 1942).

6.— La reconstrucción de los lugares devastados por la guerra civil también va a ser una manifestación clara de la propaganda dado que se quiere exponer que el gobierno nacional está reconstruyendo con rapidez y eficacia, pese a todas las dificultades del periodo, las infraestructuras necesarias para que los españoles recuperen la vida que tenían anteriormente.

La propaganda, a parte de las referencias en prensa, viene marcada por la “fotografía” de las autoridades en la inauguración del puente, casas, pantanos, etc., de las exposiciones de reconstrucción, o de la destrucción que se ha llevado a cabo en determinadas zonas con la idea de reconstruir. Terminada la guerra la mejor propaganda posible era mostrar esta idea de reconstrucción como forma de diferenciarse de los “rojos destructores”. Los principales personajes del Estado aparecieron con profusión en estos actos destacando sobre todo la presencia de Franco, porque se intenta de esta forma rela-

es válido no solo para la manifestación de la propaganda cinematográfica sino también para los otros medios de comunicación propagandística. TRANCHE, Rafael R. y SÁNCHEZ-BIOSCA, Vicente. (2011) *Op. Cit.* p. 104.

cionar la imagen de Franco con la reconstrucción de España en todos los sentidos.

c.— Micropropaganda

Otro componente importante es la micropropaganda, entendida como los mensajes que podemos encontrar en diferentes objetos cotidianos que utiliza la sociedad con la idea de que por asociación fuesen asimilando las premisas sobre las que se va a cimentar la nueva España.

Podemos destacar la amplia producción de sellos, décimos de lotería, monedas y billetes de la primera época que se contraponen, claro está a lo republicano en su simbolismo e iconografía. En ellos, generalmente se destacan los grandes valores de la arquitectura hispana, la conmemoración de las grandes gestas de la guerra civil, la figura del Caudillo, los grandes personajes de la historia de España, etc.

4.- CONCLUSIONES: EL MENSAJE

El organigrama y los canales de comunicación expuestos tenían como función primordial lanzar unos mensajes a la población para que fuese captada y asimilada, tanto a los afines como a los enemigos, con el carácter último de hacerlos reflexionar y que lograsen darse cuenta de cuál era el verdadero bando que miraba por España en el conflicto. En consecuencia se pueden sintetizar los mensajes de la propaganda en los siguientes conceptos:

1.— El *alzamiento* del 18 de julio era necesario debido a la degeneración política y social que la República había tenido y por el peligro que se avecinaba de una posible sublevación de carácter comunistas. Por tanto, la acción llevada a cabo por los militares es completamente legítima puesto que era para defender el orden y retomar la situación de crisis social y política en la que se encontraba España.

2.— La *República era un régimen ilegítimo* desde las elecciones de 1936. Algunos autores incluso exponen que es fraudulento desde sus orígenes puesto que se argumenta que no se puede llevar a cabo el paso de la Monarquía a la República solo por unas elecciones municipales en las que, además, las candidaturas monárquicas fueron mayoritarias. Pero las premisas más importantes acerca de la ilegitimidad republicana se gestionaron sobre todo en el Frente Popular y las elecciones de febrero de 1936, que se interpretan como un verdadero asalto de los sectores revolucionarios al dominio del Estado perpetrado por Manuel Azaña.

3.— La *propaganda republicana está llena de falacias*. Porque está destinada a las masas revolucionarias que apoyaban a la república y a los extranjeros que los apoyan. Los conceptos ideológicos que los sustentan: liberalismo, comunismo, constituciones... son completamente falaces y contrarios a las esencias tradicionales de la nación española.

4.— La guerra además es una *Cruzada* contra los que no creen en Dios, los cuales quieren expulsar de España la religión, que es uno de los componentes esenciales de lo español. En consecuencia se identifica la guerra como una defensa de la

religión católica en el país, todo ello incentivado también por los desmanes que los sectores más radicales de la República han llevado a cabo contra los eclesiásticos y su patrimonio.

5.— Identificación de las *premisas del bando nacional como las verdaderas de la esencia española*, apelando a la historia y a la tradición, en contra de la configuración republicana que representa a la anti-España porque quiere acabar con la esencia histórica del país.

6.— *La rapidez de la victoria*. La confianza y la fe en la victoria de manera rápida es algo que caracteriza las proclamas del bando nacional.

7.— *Los nacionales construyen, los rojos destruyen*. Esa dicotomía construcción-destrucción es una premisa explotada. Se llega incluso a casos, como el de Guernica, en el que una destrucción por parte de los nacionales se culpa directamente a los republicanos. Con ello lo que se intenta manifestar es que donde está la mayor crueldad es en bando republicano.

8.— *La búsqueda de la legitimidad*. La propaganda está destinada a la búsqueda de un lugar político en el mundo, es decir, conseguir los suficientes apoyos internacionales que reconozcan a la España nacional con el fin de dar la máxima legitimidad posible a la causa. Este aspecto irá evolucionando a lo largo del conflicto a medida que el bando nacional de mayor importancia a los fenómenos propagandísticos.

9.— Un argumento también fundamental en la búsqueda de la legitimidad es mostrar cuales son las *bondades del bando*

nacional. Es decir, analizar en diferentes artículos de prensa y proclamas cuales son los logros que se están consiguiendo en política, seguridad, economía, en la guerra, en la sociedad, etc.

10.— El *nacionalismo* es otra característica del bando franquista. Un nacionalismo tradicional y conservador en lucha contra el nacionalismo de carácter republicano.

11.— Mensajes importantes también van a estar relacionados con la Unificación y centralización de las fuerzas y de los mensajes del nuevo Estado, es decir, se apela constantemente a la unidad como una forma de salir lo antes posible de este conflicto. Especial énfasis se hace desde el Decreto de Unificación del 19 de abril de 1937 dado los diferentes movimientos de oposición que se originaron en Falange y en las filas del Comunión Tradicionalista.

12.— *Franco como salvador de la Patria*. Mensaje fundamental puesto que se tiene que hacer a Franco el líder predestinado para salvar al Estado Español de la decadencia que se manifestaba en el contexto republicano.

13.— También son importantes las menciones al *Partido* como la organización fundamental del nuevo Estado y a través de la cual se ha de conseguir la estabilidad necesaria para poder volver a ser lo que éramos. En este contexto, y como se verá posteriormente, no podemos olvidar que Falange representa el cuerpo doctrinal más completo que tiene el franquismo, del cual se va a servir para configurar su ideología inicial.

14.- Defensa de los valores religiosos que ha tenido históricamente España, contraponiéndolo a la idea de los “sin Dios” que manifiesta de los Republicanos.

15.- Repulsa el comunismo declarándose el régimen abiertamente anticomunista. Ello le trajo a lo largo de su duración grandes beneficios en las relaciones internacionales.

Como conclusión hay que decir la España de Franco utilizó la propaganda como un medio didáctico de educación popular, puesto que a través de la difusión de los mensajes consiguió: en primer lugar, calar en la mentalidad de los españoles para conseguir, paulatinamente, institucionalizar un régimen que duró cuarenta años; y, en segundo lugar, la legitimidad internacional tan necesaria para que el estado nacido de la guerra civil haya podido perdurar en el poder.