

## LOS MECANISMOS DE DIFUSIÓN DEL DISCURSO OFICIAL EN LA PRENSA CULTURAL DEL PRIMER FRANQUISMO (1937-1946)

**Florence Belmonte**

*Université Paul Valéry - Montpellier III*

La creación de la Prensa del Movimiento en abril de 1937, representó una ruptura obvia con el concepto que se tenía de la profesión en los años anteriores. Con la Unificación por Franco de las fuerzas de derechas, se impusieron nuevas reglas que desembocaron en la promulgación de la Ley de Prensa de 1938. De esta ley se suele recordar sobre todo la censura drástica de los artículos, la vigilancia de la actividad de la prensa en general. Esta prensa se hizo cargo esencialmente de la propaganda directa. Las numerosas obras de investigación ahora asequibles, los libros testimoniales, los documentales, las colecciones de fotografías permiten que hoy nadie ignore la dimensión totalitaria de los ejercicios de propaganda de la época que además no se limitaron a invadir la prensa cotidiana. Todos conocen y muchos todavía recuerdan la iconografía y los lemas que sumergieron la vida de los Españoles de entonces, el Franquismo didáctico que se propagó por las calles, los escaparates, los cines y cuyos símbolos florecieron en los papeles oficiales e invadieron las paredes. Por su parte, la orquestación de la propaganda difusa, ejercida mediante la manipulación de la cultura, le correspondió al Ministerio de Educación. Sin embargo, en la prensa, el impacto y la violencia psicológica de los documentos de propaganda directa ocultaron quizás, sin disminuir su fuerza persuasiva al contrario, un trabajo comparable al del Ministerio de Educación que fue llevado por la Prensa del Movimiento en las páginas de las revistas culturales, una empresa de adulteración de la cultura de honda penetración en todos los sectores culturales y sociales.

Fuera de la dominación y eliminación de todo recuerdo de los Republicanos, el Régimen tuvo que ejercer el control de la opinión en su propio bando en vista de la unificación de los comportamientos políticos y su posterior consolidación. A ello se debe añadir que también urgía seducir a las democracias occidentales sacudidas por el golpe de estado. Silenciar que el Régimen de Franco, nacido de un golpe de estado y una guerra civil, marcaba una ruptura en el desarrollo histórico de España y convencer de que se enmarcaba lógicamente en la continuidad de la historia del mundo occidental fue la tarea esencial y políticamente imprescindible asignada a los servicios de propaganda que se lanzaron desde sus primeros instantes a una empresa de recuperación y manipulación de la información y la cultura. El discurso oficial se encaminó entonces hacia la afirmación de valores ideológicos esenciales entre los vencedores y susceptibles de convencer también a las naciones extranjeras de que pese a las apariencias la España de Franco tenía intereses y lazos culturales e ideológicos comunes con el resto del mundo occidental de lo que se deducía y se intentaba demostrar la legitimidad de su existencia política.

En esta perspectiva, la propaganda directa que sirvió para doblegar al pueblo podía disgustar, y de hecho disgustaba, a la alta burguesía conservadora a la vez cómplice de la manipulación social e incomodada por la vulgaridad del proceder al que toleraba sólo por estimarlo útil social y políticamente y con tal que se reservara a lo que ella misma denominaba «las masas». Por otra parte, el Franquismo en su voluntad hegemónica, tenía consciencia de que se debía también de contener las posibles ambiciones de sus mismos aliados políticos, condición *sine qua non* de su propia estabilidad y longevidad. Los servicios de propaganda se vieron pues encargados de traducir el simbolismo caricaturesco de los heraldos oficiales a un lenguaje purgado de lemas, divisas y discursos y sin embargo vector del mismo mensaje de reunión bajo la autoridad de Francisco Franco. Esa necesidad aclara sobre las razones de la existencia, en condiciones editoriales poco favorables, de una prensa cultural de alto copete<sup>1</sup>, preparada y controlada por miembros de la elite social a la vez que prevista para dejarle a este sector social precisamente un espacio de libre expresión ilusoria de sus gustos e ideología. El resultado debía permitir la creación y difusión de una imagen halagadora de la alta sociedad adicta al Franquismo y tenía un objetivo triple:

- una posibilidad de autocontemplación halagüeña oferta al sector social que prestaba su concurso al Régimen;
- la producción de imágenes atractivas capaces, una vez transferidas a otro contexto editorial, de ganarse, mediante los mecanismos de la identificación, a sectores más amplios de la población en una tarea de unificación

---

1. Esta reflexión concierne principalmente las publicaciones *Y*, revista para la mujer y *Vértice*, revista nacional de FET y de les JONS, y en parte las revistas cinematográficas.

de los comportamientos inmovilizados en torno a valores conservadores y reaccionarios;

- la captación, sobre la base de una comunidad de gustos e intereses, de los medios financieros extranjeros susceptibles de invertir en la reconstrucción del país y ayudar a la vuelta a la normalidad económica que debía conducir a la legitimación del poder de Franco.

A partir de 1938, con la ley de prensa, la Prensa del Movimiento empezó a funcionar con regularidad. Las reglas de funcionamiento esbozadas por la Delegación Nacional de Prensa y Propaganda desde hacía casi un año se volvieron normas oficiales. Las revistas culturales publicadas por FET y de las JONS ofrecen pues un laboratorio de informaciones propicio a la observación de mecanismos de propaganda difusa, complemento indispensable de la propaganda directa en una perspectiva de control total de la información y de los comportamientos sociales. El examen de su funcionamiento y el análisis de sus contenidos ayudan a penetrar una organización sofisticada, alejada de todo procedimiento intuitivo, en la que por fenómeno de capilaridad cada artículo, cada fotografía o ilustración conduce infaliblemente a la demostración según la cual España era una nación en paz, unida por la fe y bajo la autoridad de un jefe único e insustituible.

Es preciso recordar que el dispositivo de más determinante influencia en el ámbito periodístico y en el que se asientan propaganda directa y difusa es sin duda la intervención del Estado en la designación de los directores y en la reglamentación de la profesión. Se sabe que, como es natural en este tipo de situación política, el criterio ideológico prevalecía. Los directores eran hombres situados ideológicamente en posiciones adscritas al *Movimiento*, unos con entrega incondicional, otros porque la alternativa entre los dos bandos no dejaba opción, y el bando nacional representaba el mantenimiento de unos valores afincados en la burguesía de donde procedían. Los órganos de prensa fueron obviamente confiados a los intelectuales de confianza del Régimen quienes justamente por serlo no tuvieron que sufrir mucho control de parte de las autoridades estatales, por lo menos hasta 1942, fecha en que el Estado intentó de nuevo poner orden en la profesión. Lo que se les pedía entonces era comulgar con la ideología vigente, ser sus heraldos, representar al Estado y controlar a la profesión. También participaron de una amplia empresa de captación de competencias por toda España contratando a un sinfín de corresponsales ocasionales: periodistas, claro, y también profesores, hombres de Letras, universitarios y eruditos contratados todos para mostrar que la España de Franco no carecía de intelectuales. Lo interesante en el caso preciso de la exploración de las estructuras de un dispositivo de propaganda difusa, es comprobar que las gestiones emprendidas para atraer a estos intelectuales y convencerles de que escribieran en las páginas de la prensa oficial permitía un control de la intelectualidad más amplio que si el Movimiento se hubiera limitado a la vigilancia estricta del

---

mundo periodístico. El sistema facilitaba también la propagación de la doctrina del Movimiento al mayor número de intelectuales y a su entorno. Sin embargo, la frecuente indigencia de contenido de los artículos firmados por estas personalidades externas a la profesión periodística, de formación sin embargo sólida y diversificada y contratada de manera ocasional llama la atención. Su lectura y análisis, cualquiera sea el tema abordado, muestra que se relacionan siempre, de manera más o menos encubierta y con técnicas detalladas más adelante, con las tesis predilectas del discurso oficial. Ello muestra que la voluntad de apertura y riqueza de contenido ostentada por los consejos de redacción ocultaba en realidad, además de la voluntad de captación y control, la necesidad de recurrir a un gran número de personas para obtener el mismo discurso en un estilo y bajo una firma diferentes dejando la impresión de que de las revistas justamente albergaban una gran variedad de contenido y se alejaban de las consignas.

Siempre en torno al personal periodístico, interesa recordar que a principios de los años sesenta Herbert Southworth describía el funcionamiento de la propaganda como una operación cínica cuyas etapas habían sido orquestadas por los maestros de la propaganda oficial. Tal hipótesis admite que todos los periodistas fueron meros ejecutantes de las consignas de los servicios de propaganda. Es cierto que la prensa cultural del Movimiento encierra páginas testigos de una estrategia evidente de asimilación casi mecánica de Falange Española y del Carlismo al Movimiento, como las conocidas ilustraciones de Saénz de Tejada que presentan la fusión de los símbolos visuales en los meses que siguen el decreto de Unificación. La violencia del discurso de los Camisas viejas amaestrada y sometida al discurso de la España Nacional es otro ejemplo. Pero si los expedientes de censura muestran que los periódicos fueron sometidos a la obligación de publicar artículos difundidos por los servicios de propaganda y a la vez a un control férreo, las revistas culturales, en particular *Y*, *Revista para las mujeres* y *Vértice*, *Revista Nacional de FET y de las JONS*, sin escapar de la censura previa, no se vieron imponer textos de propaganda ni fragmentos de discursos políticos y sólo merecieron particular vigilancia de parte de los servicios de Asuntos Exteriores que encima pocas veces intervinieron para obtener una modificación por encima casi insignificante. Todo ello conduce a no ver en las revistas culturales del Movimiento un mero ejercicio de propaganda en sentido estricto de manipulación grosera sino también la sencilla expresión de la ideología y de la fantasía del grupo. A partir de esta nueva hipótesis se entiende el contenido de la prensa cultural no ya como una mera falsificación de la información, como un ejercicio mecánico sino en parte como la libre expresión de unos mitos justificadores de la fundación de una sociedad nueva. Valores como el patriotismo y la fe católica eran anteriores a la guerra civil y su expresión bajo la pluma de unos hombres abiertamente adictos al Régimen que compartían los mismos valores ideológicos y sociales era una garantía de autenticidad, de emoción y de fuerza persuasiva. Los servicios de propaganda sólo tenían que confortar a periodistas

y lectores en sus convicciones, dejarles estrechar lazos sobre la base de una comunidad de miedos, valores y creencias, en breve permitir que los periodistas produjeran un discurso, unos mitos susceptibles de ser difundidos en otro contexto editorial. El mito de la guerra civil interpretada como una cruzada y también el de la raza hispánica se relacionan con valores (el Catolicismo, la conciencia de pertenencia a la elite) anteriores al período de su propagación. En el momento de la crisis política y social de la guerra civil, los periodistas y hombres de Letras que llenan las páginas de la prensa cultural no inventan deliberadamente los temas con los que se manipula luego al resto de la sociedad. Al contrario se refugian en valores incuestionables en su esfera social. Se vuelven hacia su origen donde hallan la justificación de sus reacciones, opiniones, actitudes y actos futuros. El ejercicio mecánico de propaganda sólo interviene después de esta primera etapa con la meta de ver al conjunto de la población adoptar las imágenes producidas por la elite social conservadora.

El trato excepcional reservado a las revistas culturales se explica por la necesidad, comentada más arriba, por parte del Régimen de concebir dos tipos de propaganda cada una dirigida a sectores definidos de la sociedad porque se entiende que no se trataba, con este tipo de publicaciones, de ganar nuevos adictos a la causa sino de garantizar la fidelidad de los que habían ayudado a la victoria y ello mediante un tratamiento en apariencias diferente del que se reservaba al resto de la población. Estas revistas se dirigían pues a lectores selectos con pretensiones culturales y sociales elevadas y muy elitistas. Obvia decir que la voluntad de exclusión social no se pregona pero de hecho el mero precio de las revistas las prohibía a la mayoría de la población. Semejante sectarismo social puede parecer contradictorio con un proyecto de cultura hegemónica. Sin embargo el discurso oficial debía impregnar al conjunto de la población ya que los conflictos que hacían enfrentarse a los diferentes componentes políticos de la España Nacional no podían solucionarse con sólo el decreto de Unificación. Por otro lado, muchos de los miembros del Movimiento recientemente adheridos a FET y de las JONS por entusiasmo, prudencia u oportunismo presentaban un peligro político y el nuevo Régimen debía controlarles y contener las ambiciones en el momento del reparto de los poderes.

Concretamente, en las páginas de la prensa cultural, el proceso de captación/sedución de las elites toma realidad con la libre expresión del encanto que proporciona una vida de lujo y ocios que gran parte de los corresponsales, social e ideológicamente seleccionados, parecen haber echado de menos. Este grupo que sólo aspira a volver a su situación social anterior a la guerra civil y mejorarla, ostenta con fruición los deleites de un lujo aristocrático.

Los servicios de propaganda invitan pues a las elites a llevarse a la escena. Preparan cuidadosamente la edición de las revistas culturales. A *Y* y a *Vértice* se les proporcionaba papel en prioridad y de calidad superior a las otras publica-

ciones, lo que permitía la publicación de ilustraciones originales, como por ejemplo los grabados de moda de Sáenz de Tejada, y fotos de una calidad técnica excepcional para mensuales de una época tan desfavorable al mundo de la edición. En los momentos de penuria, su publicación se anteponía siempre a la de las otras revistas. Al ser contactados los corresponsales se veían proponer un tema o ellos mismos lo proponían y luego servía sin que supieran exactamente cómo iba a contribuir, desde el punto de vista técnico, al edificio propagandístico, lo que no significa que no estuvieran conscientes de colaborar con el Régimen sino que al entregar, por ejemplo, un artículo sobre el tema de la decoración floral, la caza o la decoración de interiores no lo hacían quizá con plena conciencia de obrar a la demostración de la existencia de una raza española o a la seducción de las elites internacionales. Ello tiene su justificación en el hecho de que para ser eficaz, la propaganda se debe de establecer lazos entre el emisor del mensaje y su destinatario. Para realizar su proyecto cultural hegemónico, el proceso de seducción debía alcanzar simultáneamente a los tres objetivos ya evocados: elites adictas al Franquismo, población española en su conjunto, burguesía conservadora del mundo occidental. Por eso es por lo que paralelamente y posteriormente al trabajo propagandístico directo y violento relacionado con un acto belicoso que mantenía a la España de Franco en una esfera guerrera era preciso desarrollar una acción de persuasión que la pacificara, la purificara de su dimensión totalitaria. El ejercicio consiste en las páginas de la prensa cultural en la evocación de aspectos de la vida de las elites que no corren peligro de disgustar al lector potencial, español o extranjero, y construyen un mundo idealizado y conformista al que cualquier lector puede evadirse. La vida cotidiana encantadora y los ocios del «gran mundo» son el crisol de este mecanismo propagandístico.

El afán de demostración de la necesaria integración de España a Europa conduce los servicios de propaganda a conservar sólo aspectos seleccionados de las actividades de sus elites. Es así como los deportes evocados son en general el automóvil, la aviación, el polo, el golf, la equitación, el tenis y el paracaidismo, deportes, como se ve, todos relacionados con las nociones de peligro y temeridad y practicados, por no decir reservados, hasta la primera guerra mundial a los miembros de la alta sociedad. Se sabe por otra parte que las afinidades de los regímenes totalitarios con estos deportes toman sus raíces en el apasionamiento de las elites por las actividades físicas y en particular por la caza, muy presente, actividad antiguamente reservada a la nobleza y que se vincula necesariamente con las nociones de privilegio, minoría, superioridad y raza.

La tauromaquia es también un tema eficaz de la orquestación de la propaganda difusa, remitiendo esencialmente a la práctica tauromáquica de hasta finales del siglo XIX. Primero era un espectáculo que por razones históricas podía reunir a todos los sectores de la población sobre la base de sensaciones y emociones comunes. Segundo, se relacionaba estrechamente con la dimensión histórica y religiosa de la propaganda franquista ya que enraizaba en la cultura

medieval cristiana. En efecto, siempre la tauromaquia se había quedado ajena a la cultura islámica. Además su origen se hallaba en la persistencia de caracteres primitivos del uro prehistórico. Semejante originalidad ecológica aliada a la resistencia de este animal a la domesticación y por consiguiente a la temeridad de los aristócratas que lo habían combatido así como a una dimensión religiosa y trágica, elevaba la corrida de toros al rango de rito nacional implícitamente vinculado con el mito de la cruzada y el de la raza.

La alta costura y la decoración de interiores forman parte también de los instrumentos de seducción por excelencia. Ostentan un tiempo el patriotismo circunstancial de su clase y pronto vuelven a una elegancia internacional, estereotipada e intemporal que huye de las peculiaridades nacionales para gozar de los placeres de la elegancia y el confort occidentales, burgueses y modernos. Por fin, siempre para suavizar la imagen de una España demasiado guerrera, los temas tratados se acompañan muchas veces de ilustraciones florales presentadas como indisociables de una concepción artística y refinada de la vida cotidiana y a veces también religiosa. Es interesante pues subrayar cómo el lenguaje estético de las elites diluye entonces el discurso político desmilitarizando la imagen del país conforme la política del Caudillo obra al acercamiento entre España y los Aliados.

El mensaje de reunión nacional e internacional también circula mediante la sugestión de una alianza ideológica. Los cuentos, muy numerosos en la prensa de la época, no tienen, salvo en pocas excepciones, ningún valor literario pero sí un valor innegable como testimonio ideológico. Ofrecen la representación de una sociedad cuyos valores heredados de la aristocracia y en algunos casos comunes también al fascismo, le empujan a comprometerse con todo lo que le garantiza la preservación y la consolidación de su modo de vida. Utilizados según las necesidades del consejo de redacción y de la actualidad política, atestan a su vez de una voluntad de demostrar la comunidad de concepción de la sociedad con los sectores sociales privilegiados occidentales homólogos: mismo concepto maniqueo en el que se admiten las opciones sociales e individuales más injustas, egoístas y reaccionarias; Catolicismo ferviente e intransigente que distribuye gracias y condenas no en función del mérito sino de la procedencia social, quedando el humilde siempre castigado y el potente eternamente recompensado y justificado en sus abusos.

Ha sido comentada ya la indigencia de contenido de la prensa cultural del primer Franquismo, concentrada exclusivamente en el tratamiento de un reducido número de ejes propagandísticos: la defensa del Catolicismo; el nacionalismo basado en la afirmación de la existencia de una raza hispánica puesta en peligro por la República; la existencia de una España una, eterna y mítica que se hubiera hallado en el origen de un imperio espiritual por haber extendido los valores del Catolicismo al continente sur de América. Interesa ahora detallar las

---

técnicas utilizadas para la difusión de estos ejes a lo largo de los nueve años de existencia de La primera Prensa del Movimiento, nacida en 1937 y desaparecida en febrero de 1946. La observación de los vectores técnicos y de la vinculación creada entre fotografías, láminas, artículos, actualidad y cultura evidencia la correlación y complementariedad de los temas, la construcción, sobre la base de un material cultural, de una red de informaciones manipuladas y destructoras de una comprensión directa y consciente del mensaje político, en breve la arquitectura de un ejercicio de propaganda difusa.

En el origen de esta inmensa tarea está el crisol de la Guerra Civil. La confiscación y domesticación de la Jefatura de Prensa de Falange Española es un primer paso hacia la uniformización política e ideológica interna del bando nacional. En las páginas de las revistas culturales, después de Mayo del 37, el discurso falangista inicial, si es cierto que se conserva en gran parte, se ve recuperado y adaptado a las exigencias de la nueva situación política. La base de trabajo de los propagandistas en este caso es ante todo el reportaje de guerra y los textos que simulan serlo<sup>2</sup> y relatan la progresión de las tropas en el frente, las batallas recién acabadas o a veces ocurridas en momentos anteriores a la actualidad del momento. La función de estos documentos es esencialmente suscitar la emoción ya que presentan todos los procedimientos estilísticos susceptibles de establecer una complicidad lector/periodista y además retratan a una sociedad empeñada en una lucha maniquea. En realidad aquí la retórica exaltada propia del discurso de la Falange primitiva<sup>3</sup> está desviada en provecho de la evocación de la guerra. El léxico no cambia pero la violencia de un combate político cuya perspectiva es la destrucción del enemigo republicano y posteriormente de una sociedad juzgada en su conjunto conservadora y «degenerada» se desplaza al terreno estricto de las operaciones de guerra, del combate contra el marxismo opuesto de manera caricaturesca al Catolicismo. Se ve que, a partir de mayo del 37, la retórica de Falange está amaestrada y vaciada de parte de su contenido ideológico. Falange Española pierde pues el control de la prensa pero la recuperación de su retórica por el poder le confiere a cambio un valor nuevo que tiene como consecuencia la consolidación de un estilo capaz de modelar las actitudes mentales. Esta fusión política y estilística condiciona a los lectores que se identifican con los héroes de la gesta (sumisión al señor feudal, lucha contra el enemigo en defensa del honor nacional contra los valores extranjeros). Todo está orquestado

---

2. El análisis contrastado de los reportajes de guerra y de este tipo de documentos conduce a concluir que se trata de meras creaciones entre cuento y texto informativo. Son retratos o casos que los periodistas presentan como reflejos fieles de la realidad pero que no presentan ninguna vinculación comprobable con la realidad (fecha, lugar, identidad) y podrían ilustrar cualquier acontecimiento en cualquier guerra.

3. Se percibe en los números de Abril de 1937 por haber sido compuestos exclusivamente por miembros de la Jefatura de Prensa y Propaganda de Falange Española.



en vista de justificar la necesidad y hasta la fatalidad de una «purificación» de la sociedad. La necesidad de depuración se siente cuanto más hondamente que los periodistas con procedimientos retóricos sencillos (evocación de masacres de niños y ancianos, destrucción del patrimonio cultural, profanación de lugares sagrados) han suscitado sentimientos de horror y una voluntad de condena unánime propios a la justificación no sólo de la depuración sino de sus métodos más violentos como justa respuesta a los horrores perpetrados por el bando adverso. Así, por su integración a un grupo que se proclama unido en un combate común, contra un enemigo único, la República, la violencia de los elementos falangistas se pone al servicio exclusivo de la España Nacional.

Complemento de los reportajes de guerra, las láminas de ilustración permiten la visualización de los soldados de la España nacional, héroes unidos esta vez por una misma idealización física. Simbolizan una España «limpia», purificada por la presencia de seres sanos cuyos altos valores morales se simbolizan por la expresión plástica de su determinación y su energía física. De hecho, los Republicanos están totalmente ausentes y las láminas contribuyen sobre todo a la construcción, además del mito de la «Cruzada de Franco», del de la misión universal de España, eje propagandístico que adquiere su mayor amplitud en los años posteriores a la guerra civil con la necesidad de presentar a la España de Franco investida de la misión de velar por el universo hacia el que proyecta los valores fundamentales de su «raza»: la resistencia y determinación de la fe cristiana transmitida al universo.

Por otra parte, siempre en las láminas publicadas durante la guerra civil, se puede observar un cambio en el uso de los símbolos iconográficos ya que se reglamentan definitivamente en mayo las señas visuales de pertenencia al bando nacional.<sup>4</sup> Las revistas culturales no reproducen los lemas de la propaganda directa pero se nota enseguida que el azul de la camisa falangista y los colores rojo y negro de la bandera de Falange Española están siempre asociados con el rojo y el amarillo de la bandera de la España nacional. Los Falangistas se reducen explícitamente a un componente de las fuerzas unificadas bajo el mando del ejército, pues de Franco. Los Carlistas reciben un tratamiento idéntico. Paulatinamente, en los meses siguientes, las referencias a los dos grupos desaparecen pues las consignas imponen la representación de los soldados en uniformes de la España nacional que sólo conserva de Falange Española el emblema cuyo sentido es polisémico ya que es también el símbolo de la reina Isabel la Católica y de la España imperial. Se observa una última evolución a nivel de los símbolos visuales cuando, en marzo de 1939, se pueden ver láminas que sólo utilizan las

---

4. La Delegación de Prensa y Propaganda que funcionaba en Salamanca bajo la dirección del General Millán Astray había emprendido esta tarea de reglamentación desde el mes de enero.

referencias al pasado imperial de España como el águila o al Catolicismo, en particular a la Virgen María cuyo culto era obligatorio en las escuelas desde abril de 1937. Se ve también que el saludo brazo en alto empieza a desaparecer en el mismo período y que las referencias visuales a la fuerzas de Eje son cada vez menos numerosas porque la vinculación con el fascismo se establece en gran parte por el contenido ideológico de las ilustraciones. En 1939, la fusión de los símbolos visuales está casi terminada.

Al final de la guerra civil, la frágil cohesión de las fuerzas de derechas dejaba planear incertidumbres sobre la legitimación del incipiente poder de Franco y su posible consolidación. Por eso es por lo que el Generalísimo tuvo que reforzar su autoridad en el seno de la coalición y a la vez extender su influencia sobre la población en su conjunto. Una de las opciones políticas escogidas entonces fue la subordinación de toda información a la intensificación del sentimiento patriótico y nacionalista. La peculiaridad de los nacionales entonces fue que su xenofobia se expresaba sobre todo en el dominio político y en el interior mismo del país contra todo individuo vinculado de una manera u otra con las opciones políticas socialistas. En vista de reafirmar la profunda oposición de Franco a esa política los estrategas de la propaganda basaron entonces sus campañas sobre la glorificación de la nación española.

En esta perspectiva, la efigie de Franco es un material predilecto. Los retratos oficiales se emplean en un proceso de seducción/sumisión dirigido al lector potencial de las revistas culturales pero utilizable en cualquier contexto editorial. Con ellos se recuerda sistemáticamente la nueva jerarquía política española. Por ejemplo su asociación con las fotografías de José Antonio Primo de Rivera cuyo culto enraizaba hondamente entre los Camisas Viejas, obra siempre a favor de la consolidación de la imagen del Caudillo. Se juega, en los momentos de conmemoración imprescindibles, sobre la contraposición de fotos de Primo de Rivera intelectual/político en traje civil y Franco, jefe de guerra. Primo de Rivera pierde rápidamente el apellido y sólo se le recuerda por el nombre, lo que instaura una relación de tipo afectivo con el lector mientras los títulos de Caudillo o Generalísimo crean con Franco una distancia respetuosa. A José Antonio, cuyos retratos subrayan la tristeza y la fragilidad que le alejan del ejercicio del poder, le corresponde inspirar la emoción y a Franco una mezcla de temor, confianza y admiración que se debe simultáneamente al oficial superior que lucha por el interés común y a un «padre de la patria» cuya sonrisa en la lucha es anunciadora de la paz. Es fácil, por otra parte detectar en el uso de estas fotos oficiales una estrategia de acompañamiento del calendario y de la actualidad. A título de ejemplo, para las fiestas de Navidad, fiesta de comunión familiar y religiosa por excelencia, el rostro de Franco es afable y atento y en los momentos de crisis política (toma de Barcelona, crisis en el seno de FET y de las JONS) las fotos muestran a un Franco severo o enojado. Por fin, cuando al final de la guerra los servicios de propaganda empiezan a obrar a la legitimación del nuevo régimen,

se utilizan no ya fotografías oficiales de jefe de Estado sino retratos en aguafuerte o en óleo e incluso fotografías de bustos a la manera de los emperadores de la antigüedad, o sea que Franco se ve metafóricamente proyectado en la Historia y la eternidad.

Los reportajes sobre las celebraciones religiosas forman parte también de los clásicos mecanismos de difusión propagandística. A imagen de los regímenes nazi y musoliniano, el Estado franquista recurrió a la puesta en escena de la vida política y a su vez, el calendario religioso sirvió para dominar a la población en su conjunto uniformizando los comportamientos y los valores. La prensa cultural repercute las imágenes de los grandes momentos de exaltación patriótica y religiosa. Fuera de las manifestaciones organizadas por la Sección Femenina de FET y de las JONS y la representación de autosacramentales, se pone entonces particular acento, sobre el aniversario de las fechas fundadoras del Régimen (primero de abril; 18 de julio; en octubre la fiesta del Caudillo a partir de 1939; 20 de noviembre en memoria de José Antonio Primo de Rivera). Técnicamente, los reportajes reciben un tratamiento común y especial desde el punto de vista estético (calidad excepcional del papel, calidad superior de la fotografía), tratamiento idéntico al que se dedica a las fiestas fundamentales del calendario litúrgico: Pascuas de Navidad y Pascuas de Resurrección. Estos dos momentos coinciden también muchas veces con la decisión editorial de números especiales. El momento de Pascuas de Resurrección que a su vez coincide con el aniversario del desfile de la Victoria y la celebración de la primavera corresponde él también a números en que los consejos de redacción han hecho peculiar esfuerzo para realzar la calidad de la edición (fotografías en sepia, técnicas de idealización de los individuos en vista de producir una atmósfera feérica y seductora propicia a la identificación). El carácter indisociable del Régimen y de la Iglesia católica queda así implícitamente demostrado. No cabe olvidar que en sus primeros momentos de existencia, los servicios de prensa y propaganda de FET y de las JONS estaban bajo la autoridad de Fermín Izurdiaga, un eclesiástico símbolo del osmosis que existe entonces entre lo político y lo religioso. Izurdiaga había reorganizado la repartición de las responsabilidades y confiado los puestos claves a sus propios aliados políticos.

La demostración de la compenetración de los dos universos adquiere dimensiones paroxísmicas con dos acontecimientos particularmente dramatizados: la Semana Santa y el entierro de José Antonio Primo de Rivera. Hace falta precisar que las fotos nocturnas artísticas están en general reservadas a temas religiosos, principalmente las procesiones y los autosacramentales, género teatral cuyo impacto emocional es muy fuerte. El reportaje nocturno es el que crea las mayores emociones: focalizando la atención sobre los elementos centrales, acentuando los contrastes, objetos y personajes surgen de la noche con una nitidez violenta y adquieren una fuerza emocional extraordinaria porque la asociación de la noche

con las antorchas y las nubes de hachas encendidas crea contrastes que solicitan la imaginación haciendo nacer los elementos centrales de la nada inquietante. Además este procedimiento se emplea para las escenas en relación con el tema de la muerte y despiertan en el lector recuerdos trágicos, en particular en el contexto de posguerra. En esos momentos de peculiar intensidad emocional los servicios de propaganda crean condiciones idóneas para que los individuos/lectores se unan al espectáculo, fraternicen mediante los cánticos que sustituyen entonces los lemas o vistan las túnicas de los penitentes de Semana Santa, símbolos de su obediencia a la fe de la misma manera que en las celebraciones políticas el uniforme de Falange les somete a la autoridad del Movimiento.

Hace falta advertir, por otra parte, que el empleo de material de extraordinaria belleza estética para las grandes celebraciones produce cuanto más impacto que es repetitivo y que, pasando los meses, la visión de uno hace resurgir el recuerdo de los precedentes. Es cierto que después de las espectaculares fotos nocturnas del féretro de José Antonio Primo de Rivera, resulta imposible ver un reportaje idéntico desde el punto de vista técnico sin que resuciten las imágenes de esa ceremonia voluntariamente traumáticas sobre todo para un sector social bañado de religiosidad y que veneraba al fundador de Falange a igual que un santo. Es evidente que nadie podía quedar impermeable a este procedimiento de autocitación estética.

Lo religioso y lo político se unen también en los artículos. Los ejemplos concretos podrían ser numerosos. Los mecanismos más recurrentes son la presencia de objetos litúrgicos en las evocaciones de las celebraciones políticas, los artículos de contenido político asociados a la celebración de las fechas sagradas o aún el comentario de la presencia de políticos en las celebraciones litúrgicas. Las numerosas páginas de pésames también son espacios en que se afirma esta unión. Los dos mundos se juntan a menudo en la celebración de la muerte: recuadros negros, cruces, tumbas anónimas, fotos de apellidos grabados en las parroquias recuerdan incansablemente a los muertos «por Dios y por la Patria». La función unificadora de todas estas estrategias es evidente y su uso se acentúa después de la guerra. El temor a ver decaer la exaltación construida alrededor del tema de la «cruzada», y el deseo de consolidación del Régimen que se autoproclama defensor de los valores de la Iglesia es perceptible y en compensación los documentos que remiten a esta alianza están omnipresentes y permiten una primera evolución de la imagen del Régimen y del Caudillo que tras haber sido el salvador de la unidad de la patria, en sentidos militar y religioso, se alza entonces frente a las naciones occidentales en defensor de los valores espirituales de Europa.

Después de 1940, la teatralización de la vida político-religiosa se atenúa lo que es una prueba más de la función política de esta prensa cultural ya que el período coincide con la segunda guerra mundial. En aquel momento, cuando la debilidad del Régimen le impone la necesidad de no apoyar demasiado abierta-

mente al Eje ni enemistarse totalmente con los Aliados, se empiezan a percibir leves señales de la futura desfascistización del Régimen.

Los procedimientos de integración del individuo a un grupo político y una fe única se acompañan de una demostración de la incuestionable unidad territorial de la nación española. La lucha contra el separatismo fue uno de los ejes prioritarios de las campañas de propaganda desde 1936 que se aplicaron a borrar los años de guerra y el pasado separatista de ciertas provincias.

Durante la guerra civil, Madrid se presenta como el «bastión bolchevique», evocación que reproduce el tono exaltado y el odio presentes ya en los reportajes de guerra. La descripción de la vida cotidiana de la capital en manos de los Republicanos sirve a la justificación de un asalto imperativo e inmediato y en el momento de la victoria franquista, la descripción de las destrucciones de la ciudad da una vez más la prueba de la culpabilidad republicana. Posteriormente, Madrid está singularmente silenciada o a lo sumo convertida en centro de la vida cultural de los años cuarenta. La capital no figura en los artículos políticos. Los consejos de redacción privilegian entonces la evocación de Castilla, depositaria del patrimonio espiritual e histórico de España. La ciudad de Burgos, capital histórica de Castilla la Vieja, patria del Cid, también se recupera como vector de propaganda símbolo de la reconquista. Por otro lado las referencias a Castilla la Nueva pasan sobre todo por la utilización de la ciudad de Toledo con una acumulación de obras de arte y el recuerdo insistente del episodio del Alcázar. La prensa remonta a la época anterior al siglo XV cuando Toledo era la metrópoli castellana y no dejaba de rivalizar con Burgos, un período en que Madrid obviamente no podía desempeñar papel alguno. El nombre de la capital seguía sin duda demasiado vinculado con la República cuyo recuerdo debía borrarse definitivamente.

Otros focos de resistencia republicana, Cataluña y el País Valenciano merecen también especial tratamiento. A nivel simbólico su «reconquista» tenía un significado diferente para los Franquistas: Valencia por haber sido un tiempo capital del gobierno republicano, Barcelona, capital industrial de España, por ser el centro de un movimiento regionalista que quería resucitar los derechos de los catalanes, afirmar su originalidad cultural y obtener un estatuto de autonomía. La dominación de Barcelona y del País Valenciano revestía una fuerte carga simbólica. Durante la guerra, la incertidumbre de la victoria desvía los comentarios hacia las victorias del bando nacional. Las dos regiones reaparecen en el momento de su caída, momento propicio a la exaltación sobre todo del vencedor y a la alegría general ante la unidad geográfica e histórica recuperada. A partir de entonces Castilla y Cataluña totalmente idealizadas se presentan siempre como indisolubles. La maniobra tiene la doble función de recordar el pasado imperial de España, uno de los ejes más importantes de las campañas de propaganda, y de ocultar toda alusión a una posible oposición al poder que se está instaurando. Fotos y artículos focalizan entonces la atención sobre la tradición campesina, el arte religioso, el

paisaje rural, la historia antigua o medieval. La dimensión industrial de Cataluña se calla o se reduce a detalles insignificantes o a recuerdos de la artesanía pasada y de los gremios. Se reafirman los valores espirituales y humanos considerados como únicos aspectos de verdadera trascendencia. En el caso de Valencia se hace hincapié en la extraordinaria riqueza agrícola de la región, su producción artesanal y artística. Verdad es que toda alusión al desarrollo económico de una región podía suscitar una comparación poco ventajosa para Castilla. Además, el tema económico era susceptible de remitir a las terribles realidades materiales y sociales del momento.

La unificación nacional se construye además sobre el cimiento de la fusión cultural. Al insistir sobre el tema de la destrucción y del robo del patrimonio cultural por los Republicanos durante la guerra, los propagandistas entretienen el odio. La machaconería de la recuperación de los tesoros artísticos puestos en peligro ocupa los servicios de propaganda en los primeros meses de posguerra. El mecanismo consiste en elegir una obra de arte conocida de todos por la que todos sienten particular afecto o admiración porque suscita interés y emoción en el lector. Muchas veces las obras escogidas tienen un contenido religioso o político y así pueden remitir de manera insidiosa a la situación política del país y al tema de la Cruzada. El documento artístico resulta entonces despojado de su valor inicial para propalar el discurso oficial.

La explotación que se hace de la ciudad de Sevilla, para dar un ejemplo, es emblemática de los procedimientos de unificación nacional utilizados. Para cualquier persona en España, la ciudad está asociada a la fecha religiosa de Pascuas de Resurrección y, en la posguerra, a la victoria de Franco porque desde el principio de los acontecimientos, la ciudad había adherido al golpe de estado. Sevilla posee además un patrimonio cultural, especialmente religioso e histórico, de un valor extraordinario y universal. Permite así la difusión del tema de la comunidad de cultura con los países latinoamericanos. El esplendor de la ciudad es una oportunidad de recordar el pasado imperial de España y la vinculación con América hace resurgir el papel evangelizador de los misionarios. La manipulación de la imagen de esta ciudad propicia pues la unión geográfica y espiritual de los individuos no sólo a nivel nacional sino a nivel universal precisamente por ser espiritual. La fusión se opera a nivel mundial por la asociación de España con América e implícitamente con el conjunto de la Cristiandad. Mecanismos idénticos pueden funcionar, en el caso de Sevilla, partiendo de la evocación del estilo Barroco que vincula a España con todos los países a los que se propagó la corriente. El prestigio de todo ello recae obviamente en el Régimen de Franco que preserva los valores del Catolicismo, nexo entre mundos hispánico y cristiano. El caso de Sevilla ejemplifica la arquitectura tentacular de la propaganda difusa en que cada elemento adquiere una dimensión polisémica porque hace eco con otro en una cadena de asociación de ideas que todas convergen hacia el mismo objetivo de unificación de los comportamientos y aspiraciones a nivel nacional y planetario.

Se toma la medida de la tarea de los servicios de propaganda para sentar la autoridad de Franco en el interior como en el exterior del país.

El tema del imperio es, como se sabe, uno de los ejes principales de la propaganda franquista, particularmente representativo también del modo de propagación difusa del discurso oficial. En efecto, puede abordarse o sugerirse en una cantidad de situaciones y contextos: historia, política, música, historia de las artes, cultura hispánica. Además, la reiteración fastidiosa del tema, su circulación incesante condiciona de tal manera al lector que termina viéndolo intuitivamente e instintivamente en cuanto el consejo de redacción lo reactiva con el menor detalle. De esta manera la noción de imperio se propaga hacia otras esferas que las descritas. Se tiene, a menudo, una gran impresión de desorden y arbitrariedad cuando se intenta cernir los mecanismos de circulación de este tema pero resulta que del enmarañamiento de los temas, épocas, lugares, artículos, fotos, reproducciones se desprenden ejes de expansión relativamente reducidos, esencialmente Marruecos, las Islas Filipinas, La Italia de Mussolini y la Alemania nazi.

La reivindicación de un sitio para España en la Europa política procedía del sentimiento de frustración de una nación que había sufrido la progresiva pérdida de su potencia de la que, en el siglo veinte, sólo quedaban un tesoro artístico y el Protectorado en Marruecos. Las capacidades persuasivas del tema del imperio eran reales frente a un lector humillado en su orgullo nacional al que el pasado imperial podía invitar a la fascinación y al sueño. En el ejercicio de propaganda, Marruecos aparece cada vez que su utilización puede cargarse de un sentido político: evocación del ejército nacional, ejemplaridad de la abnegación y la fidelidad al caudillo de los soldados del contingente marroquí, artífices de la «Reconquista», proyectos de acción cultural o de realizaciones técnicas visando a la modernización y mejora de la vida de los Marroquíes, integración a los rangos de FET y de las JONS. La Islas Filipinas por su lado, sirven para despertar la nostalgia del imperio perdido y el perfume de las aventuras pasadas.

El caso de las naciones «amigas» de la España Franquista se aborda de manera diferente por su proximidad ideológica y la naturaleza de sus relaciones durante la guerra. Su presencia es considerable, por momentos abrumadora, en los primeros años de posguerra en la rúbricas de actualidad internacional. La sensación de agobio procede de la repetición de imágenes idénticas por su contenido (desfiles, grandes concentraciones, escenas militares) y por su estética. De nuevo se juega, esta vez sobre la base de documentos fotográficos, con el mecanismo del eco. En general, este material fotográfico sale de los laboratorios de los servicios de propaganda italianos y alemanes. La fuerza persuasiva de estas fotos resulta del hecho de que su lectura es inmediata e inequívoca. El mensaje es directo, se impone con violencia al lector y acompaña la política internacional del Eje (Polonia en 1939 y Francia en 1940 ) hasta 1942, año en que se nota una evolución de tratamiento vinculado con los cambios ocurridos a nivel internacional. Las

fotografías de los Aliados sustituyen entonces las de las fuerzas del Eje y los comentarios que las acompañan han abandonado toda agresividad. Esta tendencia se afirma en 1943 con la aparición de fotografías de soldados estadounidenses. Se advierte una última etapa cuando en 1944, se utilizan sobre todo fotografías de personalidades que están a punto de ganar la guerra (Churchill, Roosevelt, De Gaulle). Por fin en diciembre de 1945, se puede tomar la medida de la capacidad de adaptación de los servicios de propaganda al verlos proponer al lector las imágenes de soldados aliados distribuyendo regalos de Navidad a los niños alemanes. El general Franco sabía que el porvenir político dependía desde entonces de las decisiones de los vencedores.

Cuando las potencias del Eje empezaron a declinar, la España franquista, en busca de legitimación política tuvo que ganarse nuevos apoyos para sobrevivir y reconstruir la economía debilitada por la guerra y el aislamiento internacional. Ante la imposibilidad de volverse hacia los Aliados de manera repentina, tuvo que insistir en los lazos que unían España con Hispanoamérica. Ello explica la gran empresa de orquestación del tema de la hispanidad que los servicios de propaganda activan desde el principio del conflicto mundial. El concepto de hispanidad se difunde como correlato del de imperio con los mismos mecanismos de propagación solapada principalmente mediante la manipulación de la información cultural.

De hecho la difusión del discurso oficial invade las rúbricas culturales que permiten su incesante repetición. Por otra parte se puede notar que las revistas no atestiguan de una voluntad de continuidad informativa. La verdadera promoción de la vida cultural supone proyectos a largo plazo, reflexiones profundizadas número tras número. Las revistas culturales del Movimiento rehusan toda actitud culturalmente constructiva y pasan de un tema a otro aparentemente sin coherencia. Es evidente que un proyecto cultural concebido para ocupar las páginas durante un tiempo definido de antemano impide la construcción de un trabajo de propaganda difusa que necesita, para ser eficaz, la posibilidad de circular sin barreras en órganos de prensa disponibles en cada momento para abordar un tema en relación con las opciones políticas del Régimen. El único proyecto es la subordinación al discurso político.

A nivel concreto se pueden observar dos ejes, bases esenciales del mecanismo de enlace entre cultura y propaganda. El primero es cronológico con la obligación de resucitar los períodos históricos privilegiados: siglo XV, España imperial, siglo XX, con omisión de la República. El segundo es temático con la ilustración de los conceptos predilectos del Régimen: cruzada, imperio, raza, hispanidad, jefe. La aplicación de las consignas conduce obviamente a una magistral falsificación de la realidad cultural e histórica para convencer de que la España franquista es la digna heredera de la España imperial y que los miembros del Movimiento son los sucesores de los mayores campeones de la Historia.



En esta perspectiva los consejos de redacción privilegian la promoción de la vida cultural del Movimiento para demostrar el dinamismo y la creatividad de los intelectuales falangistas. Los portavoces de la vida cultural intervienen entonces para ensalzar las creaciones de sus colegas que a su vez encumbran la suya en los números siguientes. Se ve perfectamente que el grupo de intelectuales es bastante reducido y muy pocas obras de las que se comentan han dejado una huella en la historia de la literatura española.

A su vez, las artes permiten la legitimación del Régimen demostrando que pese a proceder de un golpe de estado no correspondía en realidad a ninguna ruptura histórica tanto a escala nacional cuanto a escala mundial. La empresa de legitimación se encamina hacia dos direcciones, temporales y espaciales. El mito de la existencia de una España universal situada en el centro geográfico e histórico del mundo abre la posibilidad de una infinidad de ilustraciones culturales. Las artes y los estilos se han transmitido y propagado ellos también por el tiempo y el espacio y ofrecen un material idóneo para el desarrollo del discurso propagandístico. Los mecanismos de la manipulación cultural son numerosos. Entre ellos dominan la reivindicación cultural y su correlato, la voluntad de apropiación. Sin embargo, eran ejercicios difíciles porque consistían en poner en evidencia los lazos que podían unir nociones tan contradictorias como la raza (estrechamente vinculada con el nacionalismo) y la universalidad (cuyo sentido puede acercarse al de internacionalismo, intercambio, mezcla). Los periodistas tenían pues que demostrar que un puñado de hombres velando por una civilización nacida y conservada en una región española (Castilla) eran los herederos legítimos de una cultura que sus predecesores habían ofrecido generosamente al planeta. Pero si a sus ojos, Castilla era el crisol de la civilización, en la realidad era un territorio minúsculo, políticamente aislado del mundo y arruinado a nivel económico. Por otra parte, una acción reivindicativa se acompaña forzosamente de un deseo de apropiación en contradicción con la imagen de una España altruista y desinteresada. La dificultad del ejercicio desemboca en la constitución de un verdadero catálogo de glorias españolas o glorias extranjeras que los servicios de propaganda intentan recuperar. Sus métodos para integrar España al patrimonio mundial son diversos. España es sucesivamente la musa universal o la autora despojada. En los casos de anexión de la cultura extranjera se trata de demostrar que valores que no tienen su origen en España son sin embargo españolas en nombre de una concepción universal del Catolicismo del que España es el portavoz. Se entiende que el cumplimiento de estos objetivos desemboca en contorsiones demostrativas y argumentativas asombrosas. En particular, se ven los casos de periodistas que pueden, para limitarse a un ejemplo, llegar a negar la importancia del estilo Barroco en España. Los intelectuales consienten a usar de las demostraciones y discursos más ambiguos. Todos cumplen con su misión: algunos con brillo, los más intentan disimular la indigencia de sus artículos tras una falsa erudición que linda lo ridículo o se lanzan a demostraciones tan difi-

---

les de conducir que no logran llevarlas a su término y de hecho resultan poco convincentes. Se ve que el Estado franquista que demostraba una gran intransigencia en todos los dominios les invitaba paradójicamente a una carencia total de rigor intelectual.

Paralelamente al proceso de legitimación por las artes, se dibujan maniobras de anexión de los grandes intelectuales que se ilustraron a lo largo de los siglos en todos los dominios, primero en España (aprovechando la dimensión universal de la literatura clásica española) y luego de países extranjeros, a favor de las necesidades de la política internacional. Para borrar la fractura histórico-cultural infligida a España por los Franquistas era preciso enlazar a los intelectuales del Régimen con movimientos culturales recientes. En un primer tiempo se trata de recuperar la imagen de intelectuales que no entretenían relaciones armoniosas con el Régimen anti-intelectual de Franco pero que gozaban de una gran popularidad y cuya integración al grupo podía serle provechosa. En esta perspectiva de rehabilitación cultural, la propaganda procede a un acercamiento con las corrientes de pensamiento del siglo XIX y de los primeros decenios de siglo XX que en un primer tiempo habían sido rechazadas pero con las que una supuesta reconciliación era susceptible de producir un efecto positivo sobre todo a nivel internacional. Esta aproximación actúa tomando con base el Catolicismo, nuevo ejemplo de la imbricación de lo político, lo religioso y lo cultural. Con la apertura de estas nuevas vías de expansión se comprueba que el dominio religioso sumerge la vida político-cultural. Los homenajes se suceden, año tras año, a escritores fascistas primero, luego a hombres más conservadores que abiertamente fascistas, hasta ensalzar a personalidades en principio condenadas (Byron, el incestuoso, Verlaine, el depravado) pero que se merecen los honores de la prensa por su conversión. Estos escritores están presentados como católicos convencidos, conscientes de sus pecados y en busca de redención. Esta es la manera con que los periodistas logran integrarles al panteón de las glorias de España. El beneficio que se saca de la rehabilitación de personalidades «satánicas» es la demostración de la capacidad de perdón del bando franquista. Su obra no está nunca analizada si no es superficialmente, lo que permitía fingir la tolerancia de corrientes que el Régimen no apreciaba de ninguna manera. Otro procedimiento para demostrar que la apertura no está ausente de la cultura española de la época, las redacciones evocan los decenios que precedieron la guerra civil, pero siempre seleccionando estrictamente los aspectos culturales en relación con lo religioso y las corrientes que rechazaron el pensamiento liberal. Para ello, recurren al uso masivo de ejemplos tomados en el extranjero, una contradicción más de parte de un grupo tan nacionalista. La Generación del 98, por su parte, recibe una condena sistemática durante la guerra. Posteriormente su rehabilitación de fachada es inevitable lo que explica la reproducción masiva de obras de arte de Ignacio Zuloaga y Daniel Vázquez que a su vez establecen el vínculo indispensable entre la pintura, una corriente decimonónica muy controvertida y las generaciones de los años cuarenta.

Conforme va pasando el tiempo, se confirma la autoridad de la Iglesia sobre la cultura y en vez de buscar los lazos culturales con el pasado en la historia cultural misma, se intenta encontrarla en la existencia, en ciertos momentos, de seres de excepción cuyo origen no es exclusivamente español y cuyos valores esenciales son el Catolicismo y un sentido agudo de la distinción entendida más o menos explícitamente en sus diversas acepciones: diferencia, demarcación, brillo, nobleza, talento. Por eso es por lo que se exalta el genio y la potencia del creyente al mismo tiempo que del seductor o del depravado. Más que valores culturales, lo que se busca es la prueba de la existencia, a través de los siglos y ajena a todo movimiento cultural, de una clase de la que se formaría parte no por lazos de sangre o económicos sino por el respeto a los valores morales del Catolicismo.

La concepción política de la cultura conduce a la construcción de un universo histórico fundado no en un conocimiento y un análisis de la cronología sino la acumulación de documentos cuya única finalidad es conducir hasta el ejemplo supremo, la persona del caudillo. Hasta el final de la guerra, su presencia es continua y machacona. Fuera de las fotografías oficiales y de los panegíricos, las rúbricas culturales empiezan a difundir una serie de reflejos de Franco con el uso de elementos que todos tienden a recordar al jefe. Los artículos de Historia promueven las figuras históricas del imperio: Carlos Quinto, Felipe II. La literatura resucita paralelamente al personaje del Cid. Después de la victoria, la presencia de Franco se atenúa y las referencias a Carlos Quinto, Felipe II y al Cid dejan el paso a la evocación de nuevas figuras en relación con los conceptos de imperio y de hispanidad (Colón, Cortés, galería de almirantes). Coinciden con la expansión de los artículos referentes a Marruecos o América. Poco a poco, las fotos de Franco y su nombre desaparecen prácticamente pero él está siempre implícitamente presente gracias a las resonancias del discurso machacado durante los años de guerra civil. Toda referencia a un jefe de guerra o a un héroe así como a uno de los ejes de propaganda trazados a partir de 1937, transita como por capilaridad hasta la figura de Franco. Pasando los años, las alusiones al imperio y a la hispanidad se hacen cada vez más difusas y Franco cada vez más lejano, aparentemente desplazados por la actualidad del mundo cultural. Sin embargo, se sabe que esa actualidad conduce sistemáticamente a las dos más antiguas directrices de las campañas de propaganda: el ser de excepción, su fe católica que han sido paulatinamente depurados de su dimensión guerrera. El caudillo defendiendo los valores de la España tradicional cede ante los héroes del imperio español que ha su vez desaparecen en beneficio de seres fuera de lo común guiados siempre por la fe. Franco está siempre inmaterialmente presente, como punto de concentración de campañas de propaganda que ensanchan su zona de influencia. En torno al final de la segunda guerra mundial, la imagen de Franco sufre una última evolución. En el momento en que se juega su porvenir político su representación adquiere el mayor grado de discreción. Sin embargo los valores que defiende han invadido totalmente la prensa cultural. Por su parte, Franco está totalmente desvinculado de las campañas de

propaganda que han logrado dar de él la imagen de un hombre político que vuelve a la esfera de la normalidad. Es el momento cuando, más presente que nunca en la realidad cotidiana, el caudillo está casi seguro de su poder.

Los brutales métodos políticos y propagandísticos del primer Franquismo además de ayudar a la instauración de un Régimen reaccionario impregnaron la cultura española de una estética peculiar que se define precisamente en sus primeros años de existencia quizá en primer lugar en la prensa cultural del Movimiento que por razones políticas y económicas desaparece en 1946. Tal estética se construye como las de todos los estados totalitarios sobre los conceptos anti-téticos de seducción y terror. La censura y la propaganda ejercen la represión necesaria a la depuración que vive la sociedad española de entonces. Condenan, excluyen, destruyen y aniquilan todo lo referente a la República. En el momento de la reconstrucción, los medios culturales en vez de contribuir al despertar de la vida intelectual se comprometen en una tarea propagandística que conduce a la mutilación por no decir a una condena a muerte de la cultura. Técnicamente, la manipulación cultural conduce a creación de una «retórica del vacío» ya que bajo los efectos de la repetición el discurso oficial termina, él también, perdiendo fuerza persuasiva y sentido.

Paralelamente, se observa que para colmar la vaciedad, se privilegian documentos muchas veces relacionados con la muerte: celebraciones de centenarios, retratos/homenajes a los desaparecidos de la vida cultural que adquieren más importancia que la promoción de la acción cultural y que son el eco, en el dominio cultural de las páginas de duelo en política. El arte de practicar la «retórica del vacío» pasa también por la omnipresencia de la disciplina histórica vaciada de toda actitud analítica, por el uso de géneros como la descripción, el retrato, la anécdota biográfica o hagiográfica o aún la enumeración. Por su lado el ejercicio de seducción apunta a suavizar la realidad política y editorial. Es el mecanismo elegido para colmar la vaciedad de la acción cultural. Las élites sirven el proyecto al prestar su imagen a la construcción nostálgica de una sociedad artificial, edulcorada y mórbida que parece luchar contra su propia decadencia cultural y su miedo social por la acumulación y la ostentación de su riqueza. En las páginas de prensa, la esterilidad intelectual se colma y oculta con una creciente estrategia acumulativa de documentos iconográficos testigos de los valores, la estética y la ideología retrógrada de una franja social ya anacrónica en los años cuarenta.

A pesar de ello, los cánones definidos en aquel período por este grupo son justamente los que marcan a la sociedad de manera determinante. Paralelamente y posteriormente a la publicación de la prensa cultural que nos ocupa y que contribuye a fijar el estilo del Franquismo, numerosas personalidades cuyas firmas figuran entre sus páginas obraron a la reconstrucción de Madrid y de su vida cultural (publicistas, periodistas, arquitectos, literatos, decoradores). Muchos hicieron una carrera considerable en las esferas del poder imprimiendo tendencias de las que se

sabe que pasan luego vulgarizadas al conjunto de la población. Su obra alcanzó a los medios populares por vía de la creación de medallas, sellos, carteles de propaganda o de publicidad, calendarios y también porque algunos construyeron lugares públicos, cines, cafeterías, restaurantes y tiendas.

La descripción de esta dinámica no debe ocultar que la manipulación de la cultura y la censura acarrearón el cese de la creatividad incluso para los medios que las habían orquestado. El empobrecimiento es la resultante de la asociación del fasto de la edición y de la aprobación de la mediocridad. La tarea propagandística de uniformización de los comportamientos crea entonces un mundo aplastante e insulso. La estética del Franquismo no se sitúa pues en las cimas de la excelencia como lo pregonaban sus heraldos. La concepción totalitaria de las artes y del pensamiento demuestra que cuando los servicios de propaganda intentan imponer una versión empobrecida de la estética y la ideología de la clase dominante, instauran la dictadura estética del Kitsch, correlato estético del conformismo político del Franquismo.