



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

TRABAJO DE FIN DE GRADO

“LA PROPAGANDA DURANTE LA GUERRA CIVIL ESPAÑOLA A TRAVÉS DEL CARTEL”

Autor: María Natalia Tejera Castellano

Dirigido por: Profª Dra. Coral Morera Hernández

Segovia, a 22 de junio de 2020

Resumen

La propaganda durante la Guerra Civil Española a través del cartel, marcará un hito en la historia de nuestro país sin excepción alguna. Los avances producidos en materia de comunicación serán notables a lo largo de todo el conflicto bélico. La carga ideológica que ha supuesto la realización de la propaganda se verá reflejada en muchos de sus carteles y se estudiará las causas principales de ello.

Este trabajo aborda el estudio de la cartelería propagandística del bando republicano y del bando nacionalista durante el periodo en el que se desarrolló 1936 y 1939. Se hará un análisis cuantitativo de la muestra de carteles con el fin de determinar cuales fueron los métodos y objetivos que querían lograr ambos bandos.

Palabras clave: Propaganda, Guerra Civil, España, Cartel, Ideología, Medio de comunicación.

Abstract

Propaganda during the Spanish Civil War by means of posters was a milestone in the history of our country without exception. The advances made in the field of communication were remarkable throughout the war. The ideological charge of propaganda is reflected in many of its posters, and the main reasons for this will be studied.

This paper studies the propaganda posters of the Republican and Nationalist sides during the period between 1936 and 1939. A quantitative analysis of the sample of posters will be carried out in order to determine the methods and objectives that both sides wanted to achieve.

Key words: Propaganda, Civil War, Spain, Poster, Ideology, Media.

“La propaganda aventajará, con su impetuoso avance, de muy de lejos a la organización, a fin de conquistar el material humano indispensable para esta última. Siempre he sido enemigo de la organización precipitada y pedante, que produce inertes y mecánicos resultados. Por esta razón, lo mejor es dejar que una idea se difunda desde un centro y por medio de la propaganda durante un espacio de tiempo dado, y luego explotar cuidadosamente en busca de dirigentes entre los seres humanos que acudieron a la cita”

*1**

Hitler.

¹ (* (Texto publicado en las Actas del III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación)*

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	4
ÍNDICE DE FIGURAS	6
ÍNDICE DE TABLAS	6
SIGLAS Y ACRÓNIMOS	7
INTRODUCCIÓN	8
1. Justificación de la propuesta	8
2. Objetivos	9
2.1. Objetivo general.....	10
2.2. Objetivos específicos	10
3. Hipótesis	11
4. Metodología.....	13
CAPÍTULO 1: MARCO HISTÓRICO	14
1.1. Contextualización	15
1.2. Definición	15
1.3. Origen	16
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	19
2.1. Concepto y técnica de la propaganda.....	20
2.2. Contrapropaganda	21
CAPÍTULO 3: PROPAGANDA REPUBLICANA	23
INTRODUCCIÓN A LA PROPAGANDA REPUBLICANA	24
3.1 Simbología	24

3.2 Eslóganes	27
3.3 Papel de la mujer.....	28
3.4 Disciplina	33
3.5 Referencias de carteles.....	34
CAPÍTULO 4: PROPAGANDA NACIONALISTA	38
INTRODUCCIÓN A LA PROPAGANDA NACIONALISTA.....	39
4.1. Simbología.....	39
4.2. Eslóganes	42
4.3. Papel de la mujer.....	44
4.4. Disciplina	47
4.5. Referencias de carteles.....	48
CONCLUSIONES	50
BIBLIOGRAFÍA	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: *Simbología comunista. Fuente: Wikipedia.*

Figura 2: *El león de la izquierda con las armas tomadas al fascio. Anónimo*

Figura 3: *Carteles con el eslogan ¡No pasarán! Anónimo.*

Figura 4: *2ª Conferencia Nacional de Mujeres Antifascistas. Ortega, L. (1937)*

Figura 5: *La mujer también quiere ganar la guerra. Ayudémosla. Partido Comunista de España. Parrilla 1937.*

Figura 6: *Mujeres, trabajado por los compañeros que lucha. Antonio, J. (1936-39)*

Figura 7: *¡Unión! ¡Disciplina! ¡Por el socialismo! Cartel del Partido Obrero de Unificación Marxista. Carles Fontseré, 1936.*

Figura 8: *Primero ganar la guerra ¡menos palabras vanas. Parrilla (Dibuixant).*

Figura 9: *Yugo y flechas por separado. Wikipedia.*

Figura 10: *Wikipedia. El yugo y las flechas unidas.*

Figura 11: *“Arriba España”. Anónimo (1939-1940).*

Figura 12: *“Pasaremos, ofensiva en todos los frentes” Anónimo.*

Figura 13: *“Por la madre y el hijo, por una España mejor” S. de Tejada, C. (1937).*

Figura 14: *Ni un hogar sin lumbre, ni un español sin pan. Franco. S. de Tejada, C. (1937).*

Figura 15: *“En nuestra justicia está nuestra fuerza”. S. de Tejada, C. (1937).*

Figura 16: *“Disciplina”. Martínez Ortiz (1938).*

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: *Representación de la cantidad de simbología republicana. Fuente: Pacheco 2017.*

Tabla 2: *Carteles por tema bando republicano. Fuente: Pacheco, 2017.*

Tabla 3: *Representación de la cantidad de simbología nacionalista. Fuente: Pacheco 2017.*

Tabla 4: *Carteles por tema bando nacionalista. Fuente: Pacheco, 2017.*

SIGLAS Y ACRÓNIMOS

DNPP Delegación Nacional de Prensa y Propaganda

UGT Unión General de Trabajadores

PSOE Partido Socialista Obrero Español

FET Falange Española Tradicionalista

CNT Confederación Nacional del Trabajo

PCE Partido Comunista de España

AIT Asociación Internacional de los Trabajadores

JONS Juntas de Ofensiva Nacional Sindicalista

SF Sección femenina

INTRODUCCIÓN

Todo aquel que decide estudiar la Guerra Civil, sabe que es parte del hecho que se ha determinado de manera reciente en la sociedad española. Este conflicto entre las dos Españas, se puede estudiar desde diferentes puntos de vista, y por ello, se pretende ofrecer en este estudio, una perspectiva comunicativa y crítica de lo sucedido, utilizando las herramientas adecuadas para este análisis.

Hablar de este conflicto bélico da lugar a hablar de la propaganda. La propaganda existió y se desarrolló fuertemente durante la guerra civil española hasta el punto de meterse en el condicionamiento de las personas, entre los años 1936 y 1939.

Teniendo en cuenta que los medios de comunicación del momento eran la radio y el cine, el periódico pasaría a un segundo plano durante el enfrentamiento, para enfocar todo el trabajo comunicativo exclusivamente en la palabra y en la imagen en plena acción.

Por esta razón, en la presente investigación se quiere analizar la Guerra Civil a través de los carteles propagandísticos.

Lo que está claro en este documento es que el instrumento de comunicación social es muy importante. Manejar los medios de comunicación durante la Guerra Civil, en aquel momento y ahora es algo simple para aquel político o ciudadano que quiera tener una mínima notoriedad en la sociedad. Durante el conflicto hubo gente que captó a la perfección este concepto y se dejó manipular, quizás demasiado.

1. Justificación de la propuesta

La Guerra Civil española probablemente sea uno de los temas históricos más controvertidos y consecuentes que se hayan vivido a nivel nacional e internacional. El conflicto bélico entre las dos “España”, se puede analizar y estudiar desde diferentes puntos y con esta investigación se pretende ofrecer una nueva perspectiva bajo unos criterios con el fin de desarrollar aquello que sucedió en los años 1936 hasta 1939 a través de la propaganda.

En resumen, este trabajo es el análisis completo bajo los conocimientos adquiridos durante la carrera sobre los carteles propagandísticos más destacados de cada bando participante en el conflicto bélico con el fin de implantar su ideología en el pueblo. Es por eso, que en este documento se reflejan las diferencias entre ambos bandos, sus principales características, objetivos...

La elección de este tema se basa en el cruce de algunos de mis intereses personales sobre la historia de España. A lo largo de los años he ido adquiriendo nuevos conocimientos sobre el tema y mi interés iba in crescendo, por motivos diferentes. A la hora de declinarme por la vertiente propagandística tiene como razón la psicología de masas. Muchos dirigentes históricos utilizaban esta ciencia para controlar a las mayorías y me parece un objeto de estudio más que interesante.

Por último, lo aprendido en módulos de arte han terminado por declinarme por cualquier manifestación artística. Al tratarse de obras gráficas mi principal objetivo es plasmar todos mis conocimientos en ello.

2. Objetivos

La Guerra civil española fue un detonante perfecto para que las recientes incorporaciones en el campo de los medios de comunicación pudiesen aparecer. Gracias al aumento considerable de personas a las que se le podía hacer llegar el mensaje, los distintos bandos no tardaron en aprovechar la oportunidad de alcance que los medios manejaban para así bombardear a la población a través de la propaganda. Principalmente, por todo esto, junto a la gran carga ideológica que este enfrentamiento supuso, siendo considerado por algunos autores como “preludio de la Segunda Guerra Mundial” (Payne, 2014, p.290), se encuentra en la Guerra Civil Española un éxtasis perfecto para estudiar cómo funcionaba la propaganda en este periodo de guerra. Este trabajo tiene como objetivo el ilustrar, el conflicto bélico más importante de la historia de España. Los objetivos generales y específicos que se plantean aquí son.

2.1. Objetivo general

El objetivo general de este trabajo se centra en analizar un aspecto relevante de la conocida batalla olvidada: la propaganda que ambos bandos realizaron durante este episodio. Para el bando republicano, resultaba fundamental aumentar la moral de la retaguardia y transmitir la impresión de que todavía podía realizar ofensivas que los llevaría a la victoria. En cambio, para los nacionalistas, su principal objetivo era todo lo contrario. El parte oficial de guerra que emitió el bando sublevado, miente cuando desmiente, valga la redundancia, los avances (existentes) enemigos y los achacan (falsamente) a una invención por parte de los republicanos de mantener la moral entre sus combatientes.

En conclusión, se produce una paradoja: por primera vez en este conflicto, ambos bandos enemigos coinciden en la misma falta de veracidad correspondiente a su propaganda, pero eso sí, movidos por intereses diferentes.

2.2. Objetivos específicos

- Contextualizar, explicar y definir qué es la propaganda.
- Entender la clasificación de la propaganda en la guerra civil española.
- Explorar el contexto, sus protagonistas.
- Análisis del cartel nacionalista y republicano con sus características, simbología y protagonistas.
- Reflexionar sobre el movimiento de ambos bandos, además de sus métodos propagandísticos.
- Desarrollar un pensamiento crítico y reflexivo del papel que juegan los medios de comunicación durante el conflicto bélico.
- Valorar el poder de inclusión que tiene la propaganda en la conciencia colectiva y, sobre todo, las principales técnicas que se usan para este fin.
- Establecer algunas diferencias ideológicas entre ambos bandos.

Conocer los referentes artísticos a través del cartel español durante la Guerra Civil.

3. Hipótesis

Una vez expuesto el tema a estudiar, planteado la investigación y haber conocido el entorno teórico de cada uno de los enfoques de este trabajo, se presentan las siguientes hipótesis.

Hipótesis 1

Los dos bandos enfrentados reflejan en sus carteles propagandísticos, un discurso de incitación al odio y a la violencia contra el bando enemigo.

El objetivo clave que se refleja en la mayoría de los carteles de este periodo es el de inculcar en la mente de las personas ese odio hacia el bando contrario. Para ello, recurren a crear propaganda llena de insultos, desprecios, etc.

Suelen representar al bando contrario como seres aberrantes, además de culpares del propicio de la guerra y de todas las consecuencias que transcurrirían a ésta. En aspectos más generales, encontramos una gran cantidad de carteles que incitan al odio hacia el fascismo o comunismo.

Hipótesis 2

La disciplina destaca en todos los carteles de ambos bandos. Esta llamada de atención se traduce en advertencias cuyo objetivo es el acabar con los malos hábitos por parte de los soldados. También encontramos en estos carteles, mensajes disciplinarios dirigidos a toda la población civil. Más adelante comentaremos en profundidad cómo y en qué momento lo emplean ambos bandos. La economía de guerra se instauró en España con el fin de que la toda la población se esforzase en sus labores y conseguir que luchasen por su causa.

Hipótesis 3

Los republicanos le dan importancia a la higiene en la cultura y por ello, lo reflejan en sus carteles. La preocupación del bando por mantener la salud pública era primordial en aquel momento. Se pueden encontrar multitud de carteles republicanos dirigidos al higienismo, especialmente la de los militares. También es importante reconocer el número de piezas gráficas que animan a que la gente a lea y se cultive. Del lado

nacionalista, estos temas tendrán poca importancia, debido a que, en su mayoría, la representación en carteles era casi inexistente.

Hipótesis 4

En el bando republicano, predominan los carteles con una estética expresionista, corriente artística que forma parte de las vanguardias. En gran parte, los carteles republicanos no presentaban una estética llena de individualismo y reivindicación que es lo que la vanguardia representaba en ese momento. Si bien también encontramos carteles que van desde la estética nacional hasta la expresionista, esto se asoció principalmente a lo republicano.

Hipótesis 5

La cantidad de carteles que existían durante la segunda mitad de la guerra (1938-1939) afines al bando nacionalista, aumenta considerablemente mientras que, en el otro bando, el número de carteles republicanos disminuye. Esto probablemente sea debido a que, en el último periodo de la guerra, el lado franquista comenzaba inclinarse a la victoria. La cantidad de carteles republicanos existentes y editados en 1939 que se conserva es ínfima.

Hipótesis 6

Tanto los niños como las mujeres participan mayormente en los carteles del bando nacional. Se representan usualmente en el papel de víctima. Como se ha explicado con anterioridad, la incitación al odio retratando al enemigo como culpable de todos los males, será esta, la práctica habitual en ambos bandos durante la Guerra Civil.

Representar la crueldad utilizando la imagen de las mujeres o niños como protagonistas será uno de los motivos que harán que exista gran cantidad de carteles bajo esta premisa. Las mujeres también se pueden ver en ocasiones como miembros necesarios para la victoria por su labor en la retaguardia, principalmente en carteles del bando republicano.

Hipótesis 7

La simbología más utilizada por ambos bandos en sus carteles será el emblema.

Dicho sistema, es muy recurrente por la propaganda debido a su componente visual, que ayuda a la rápida comprensión del receptor. En la mayoría de los carteles propagandísticos

de la guerra civil se pueden encontrar algún tipo de símbolo. El más utilizado será el eslogan o emblema que llevarán consigo durante todo el enfrentamiento. Normalmente, se pueden encontrar representados como banderas o bestias.

4. Metodología

El presente trabajo ha sido realizado a través del método hipotético-deductivo con el fin de haber obtenido unas conclusiones gracias a las hipótesis anteriormente expuestas. Las fases que se llevaron a cabo han sido, en primer lugar, la elección del tema a estudiar y la búsqueda información y documentación del mismo. Segundo, la formulación y confirmación de las diferentes hipótesis que han sido útiles para la elaboración de dicho trabajo. Por último, el análisis exhaustivo de los canales y medios empleados en dicho estudio.

Dicho análisis realizado de medios, se lleva a cabo utilizando herramientas y técnicas cuantitativas de contenidos. El total de piezas analizadas en este estudio es de 16 conjuntamente entre ambos bandos. Las técnicas utilizadas han sido principalmente la descripción gráfica y la empleabilidad de técnicas aprendidas durante las diferentes asignaturas del grado. Color, simbología, expresión... entre muchas otras.

CAPÍTULO 1:

MARCO HISTÓRICO

1.1. Contextualización

La Guerra Civil surgió tras el enfrentamiento de dos ideologías contrapuestas: Democracia versus Fascismo. Tanto los nacionalistas como los republicanos creían que su objetivo de lucha era el salvaguardar la libertad e independencia de España.

Para el gobierno republicano el Fascismo italiano y el Nazismo alemán eran su principal enemigo, ya que estaban convirtiendo a España en un campo de pruebas de lo que podía ser la II Guerra Mundial. En cambio, para los sublevados, su golpe contra la República se quiso ver como un enfrentamiento contra el Comunismo y como defensa de la Religión Católica. “Entre ambos casos las visiones estaban sesgadas y el radicalismo había triunfado sobre la moderación” (Iglesias, 1997, p.20).

El inicio de la Guerra Civil, trajo consigo varios métodos propagandísticos de ambos bandos. La propaganda llega a ser tan transcendental que se utiliza como un arma más al servicio de la guerra. Se utilizarán enseñanzas ya vistas en la Primera Guerra Mundial, con la aparición de canales de radio como: Unión Radio o Radio España. Pero en este caso, el trabajo de estudio se centrará únicamente en el análisis de los carteles propagandísticos tanto del bando Republicano, como del bando Nacional.

Los carteles de propagandísticos de la Guerra Civil Española son un testimonio visual de este acontecimiento. Los colores brillantes, los mensajes claros y directos estaban destinados a informar, movilizar y convencer a la gente de cada bando a pesar del analfabetismo que existía en aquel momento.

1.2. Definición

La propaganda ha sido fundamental a lo largo de los últimos años e incluso en la actualidad para el funcionamiento adecuado de la comunicación de los gobiernos, partidos políticos, estados. Gracias a la propaganda se han desarrollado acontecimientos importantes en la historia: La primera y segunda Guerra Mundial, La Guerra Civil Española, La revolución Bolchevique...

El término “propaganda” procede la palabra “propagar” del latín *propagare*, que significa “difundir o multiplicar”. (Rodero Ánton, 2000) . Hoy en día hay varias definiciones de lo que es propaganda, muchas de ellas se quedan cortas y muchas otras explican a la

perfección su significado. Según la RAE propaganda es “la acción y efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos o compradores” Real Academia Española. (2014). Dicha definición no especifica las características más concretas de la propaganda, alude a lo que entendemos hoy en día por publicidad.

Sin embargo, nos encontramos con la definición de Edward Bernays, publicista, periodista e inventor de la teoría de la propaganda que la define como: “el intento consecuente y duradero de crear o dar forma a los acontecimientos con el objetivo de influir sobre las relaciones del público con una empresa, idea o grupo.” (pág. 33). Esta definición resalta la influencia que tiene la propaganda en la ciudadanía.

Por otro lado, la definición más acertada sobre la propaganda es la descrita por Violet Edwards adoptada por el “Institute for Propaganda Analysis” e inspirada por Lasswell:

Propaganda es la expresión de una opinión o una acción por individuos o grupos, deliberadamente orientada a influir opiniones o acciones de otros individuos o grupos para unos fines predeterminados y por medio de manipulaciones psicológicas²

Hemos visto varias definiciones de propaganda donde se pueden resumir en esta amplia definición:

Divulgación de ideas y doctrinas, elaborada principalmente por los medios de comunicación, siempre con una finalidad psicológica y persuasiva con la intención de examinar opiniones, actitudes y valores de la conducta humana. La propaganda la podemos encontrar en un contexto sociocultural, creando dificultad para conocer su alcance psicológico y cultural.³

1.3. Origen

Según Alejandro Pizarroso (1999) en su artículo titulado “La historia de la propaganda: una aproximación metodológica”, el fenómeno de la propaganda existe desde los albores de la Historia y se da en todas las sociedades humanas (p.149).

² Edwards, V.: Group Leader’s Guide to Propaganda Analysis, Nueva York, Columbia, University Press, 1938, p.40.

³ Definición propia de Propaganda.

Nicolás Maquiavelo en su obra *“El príncipe”* la describe como “gobernar es ⁴hacer crecer”.

En el año 1622 tiene su origen el término de propaganda tras crearse la Sagrada Congregación de Propaganda Fide por el papa Gregorio XV, cuyo objetivo principal era propagar y difundir el catolicismo en los continentes que estaban en vías de colonización.

En Roma y Grecia existió la figura del orador o líder que venían representadas de los altos cargos, propagando contenidos políticos y religiosos. Gracias a la imprenta la propaganda se acelera, sobretodo la religiosa. Para los protestantes la propaganda significaba mentira, mientras tanto, para los católicos significaba predicación.

Sin embargo, en la Primera Guerra Mundial es cuando la propaganda comienza a ser vista por la sociedad como un pensamiento negativo. Manipulación, secretismo, falsificación de la información era lo que estaba vinculada la propaganda. Tras el conflicto entre países, aquellos involucrados en la guerra utilizaron campañas propagandísticas con el fin de difundir una determinada ideología, de tal manera que todo el país pudiera pensar la misma idea.

Uno de los carteles más famosos de la propaganda estadounidense es el del “Tío Sam”, utilizada fundamentalmente para reclutar soldados. Por aquel entonces, los mensajes que se transmitían iban llenos de odio y con fines perversos que convenían a un determinado país. Previamente el Estado los manipulaba para más tarde ser enviados a la sociedad.

La propaganda en los años posteriores obtuvo un significado de terror y mentira. En el periodo de entreguerras se repitió la misma estrategia y se ve reflejado en la Segunda Guerra Mundial. Encontramos ejemplos de propaganda de los regímenes fascistas de Alemania, Italia o España.

R. Nelson afirma que la propaganda “es una forma de persuasión intencional que intenta influir en las emociones, actitudes, opiniones y acciones de audiencias específicas con fines ideológicos, políticos o comerciales, a través de la transmisión controlada de

⁴ En referencia a “gobernar es hacer crecer”, dirigida por Maquiavelo, N. (1535). *El príncipe*.

mensajes unilaterales (que pueden o no ser reales) a través de masas y canales de medios directos”⁵.

⁵ Definición de propaganda de Richard Alan Nelson (p.1).

CAPÍTULO 2:

MARCO TEÓRICO

2.1. Concepto y técnica de la propaganda

Existe una confusión terminológica entre publicidad y propaganda. La publicidad tiene un objetivo comercial, mientras que la propaganda cuyo objetivo es político.

Coll- Vinent considera que la diferencia radica en el método de empleo más que en los objetivos que tiene cada una. La publicidad o propaganda comercial es preferentemente emotiva, es un arte, sigue la corriente y gustos de los destinatarios. Por otro lado, la propaganda política es intelectual, es una ciencia, es educadora.

El término propaganda procede de la palabra latina “propagare”, derivada de “pagere”, que significa enterrar o plantar. Su uso más moderno consiste en acortar el nombre del comité permanente de cardenales encargados de difundir la fe católica desde 1622.

Grecia, Roma, India, China, la Iglesia entre muchos otros, se han servido siempre de ella para reclutar fieles y justificar la actitud de sus gobernantes. A partir del siglo XV, la propaganda se desarrolló a la imprenta, avanzando su máximo esplendor. Sin embargo, no será hasta la primera Guerra Mundial cuando ya podamos empezar a hablar de propaganda moderna.

En cuanto a los carteles, las imágenes hablan a través de líneas, colores, volúmenes, figuras. Muchos conocemos el significado de los colores que, en este caso, son fundamentales para descubrir el concepto de ese cartel. El amarillo

simboliza la riqueza, alegría. El azul, lealtad, calma, honradez. El naranja, gloria, y progreso. El negro, muerte, solemnidad. El verde, esperanza. El blanco, pureza. El mensaje del cartel debe ser preciso y sobretodo, explícito (Iglesias, 1997).

J.M. Domenach en su obra *la propaganda política* y F. Frade en *La guerra psicológica* han logrado señalar varias características para analizar el mensaje propagandístico.

(Iglesias, 1997, p11)

1. Simplificación y enemigo único: leit-motiv
2. Exageración y desfiguración del tema elegido.
3. Repetición de una idea central y variación de las secundarias.
4. Transfusión o utilización de los mitos y prejuicios tradicionales.

5. Unanimidad y contagio: Se acepta la opinión más generalizada.
 6. Transferencia o testimonio: Sanción oficial y respeto a la autoridad.
 7. Lenguaje coloquial, coherente y persuasivo.
 8. Contrapropaganda
- (Iglesias, 1997).

Llegamos a la conclusión de que todo mensaje propagandístico tiene que conseguir llamar la atención del público, informar, conseguir dar un mensaje de moralidad y sobretodo, creíble.

2.2. Contrapropaganda

La contrapropaganda utiliza las mismas técnicas que la propaganda cuyo objetivo es la desmoralización del enemigo en cuestión, atacando sus puntos débiles, para que favorezca aquellas intenciones del emisor.

La contrapropaganda ha sido definida como “la propaganda en cuanto combate la tesis del adversario” (Domenachm, 1986: 81). Ocurre “cuando el mensaje sea identificable como una respuesta a propaganda del adversario” (Abreu Sojo, 1998, nota 11).

Este término, podemos terminar de definirla como un mensaje propagandístico contrario. Se trata de una propaganda X que se enfrenta de manera clara a una propaganda de tipo Y. Cabe destacar, que no todo mensaje opuesto se le denomina contrapropaganda: ese mensaje opuesto ha de ser generado en beneficio de una apelación de poder.

La contrarpropaganda está considerada entre las reglas generales en las *Psyops* (operaciones psicológicas), para refutar la propaganda enemiga sobre el maltrato a los que se rinden (Katz, 1982).

Un ejemplo de contrapropaganda durante la guerra civil española, lo encontramos en un noticiario donde se utilizó un efecto sonoro en la última noticia de origen republicano, en el número 17 (marzo/abril 1939). La intervención con sonido directo de André Marty⁶ era

⁶“ André Marty, fue encargado de la organización del reclutamiento y disposición tras el golpe de Estado que dio lugar a la Guerra Civil Española con el cargo oficial de Inspector General. Lo apodaron el carnicero de Albacete por sus numerosos fusilamientos de civiles y de brigadistas a los que consideraba

acompañada con la canción de “los tres cerditos” de fondo haciendo alusión a su apodo en la zona nacional: “el carnicero de Albacete”.

En conclusión, este mecanismo de contrapropaganda, en apariencia aséptico, resulta rentable, no solo por su sencillez, sino que en vez de negar o censurar las imágenes del enemigo en aquel momento, las celebraban (Tranche,2009).

criminalmente cobardes ante el enemigo, si bien él apenas participó en combate alguno.” Recuperado de Wikipedia.



CAPÍTULO 3:

PROPAGANDA REPUBLICANA

INTRODUCCIÓN A LA PROPAGANDA REPUBLICANA

La propaganda Republicana va a ser un objeto interesante de estudio debido a que va a tener la intención de subir la moral tanto en el frente como en la retaguardia. Durante los distintos momentos de la guerra, la intensidad va a ir variando. En los momentos más críticos como, por ejemplo, la defensa de Madrid en noviembre de 1936 va a ser detonante en la aparición de una serie de discursos, cartelería y documentales que van a legitimar la lucha.

Los partidos políticos alentarán la lucha y esto lo harán a través de mítines, periódicos y en este caso, carteles. Un ejemplo claro es la juventud socialista unificada que a través de esta propaganda se crearan dos batallones en 1938.

La propaganda no sólo la veremos en discursos o carteles, sino que también, se podrá ver en eslóganes como el famoso “No pasarán” de octubre de 1936 o al final de la contienda tenemos la excelentísima frase del Doctor Negrín “Resistir es vencer”.

Los carteles republicanos afirmaron destacar por sus valores republicanos, hablamos de fraternidad, solidaridad, libertad...

3.1 Simbología

En la propaganda republicana destacan dos símbolos importantes. La estrella roja, muy frecuente en la propaganda de la Unión Soviética y La hoz con el martillo, símbolos del comunismo aplicado por los partidos Marxistas y Lennistas a partir de la Tercera Internacional.

El símbolo de la estrella se caracteriza por tener cinco puntas, creando una semejanza con los cinco dedos que conforman las manos que a su vez crea una analogía del trabajador obrero y del proletariado. Por tanto, la fusión con el martillo y la hoz son símbolos claros del campo y del sector obrero.

Además, las cinco puntas de la estrella representan los cinco continentes, cuya relación la obtenemos del lema que Karl Marx propagaba: “Proletarios de todos los países, uníos”.



Figura. 1: *Simbología comunista. Fuente: Wikipedia.*

A continuación, en la siguiente tabla se representará la cantidad en número y porcentaje la simbología utilizada en los carteles del bando republicano durante la Guerra Civil Española.

Simbología principal utilizada en los carteles del bando republicano durante la Guerra Civil Española.

Tabla 1. Representación de la cantidad de simbología republicana. Fuente: Pacheco 2017.

CANTIDAD DE SIMBOLOGÍA REPUBLICANA		
TIPOS DE SIMBOLOGÍA	NÚMERO	PORCENTAJE
BANDERAS	10	16'2
ANIMALES / BESTIAS	15	24'2
EMBLEMAS	27	43'5
GESTOS	3	4'8
OTROS	7	11'3
TOTAL	62	100

Además del símbolo anterior, existían otros componentes visuales muy utilizados en el arte en general, cuya utilidad es la de transmitir al espectador una serie de información con tan solo un vistazo. El tipo de símbolo más utilizado por ambos bandos en su cartelería es el emblema, llegando a representar el 49% de los símbolos usados (Pacheco, 2017). Los republicanos utilizarán la cruz esvástica o el fasces⁷ para hacer referencia a los franquistas. El bando gubernamental, llevará consigo banderas republicanas en su simbología. Los protagonistas en este caso, serán los animales y bestias llegando a alcanzar un 25% de los símbolos utilizados por la cartelería republicana.

⁷ Cilindro de varas sujetas a un hacha, un símbolo que tiene su origen etrusco adoptado por el gobierno de Mussolini para la simbología fascista italiana.



Figura 2: *El león de la izquierda con las armas tomadas al fascio. Anónimo.*

El león aparecerá representando a este bando en varios carteles republicanos que simbolizan la democracia y parlamentarismo. Sin embargo, muchos de sus carteles aparecerán animales deformados y monstruos haciendo referencia al franquismo, o simplemente, carteles donde usualmente existe una deformación del águila franquista con el fin de representar un símbolo peyorativo.

3.2 Eslóganes

El eslogan popular del frente republicano era el famoso “No pasarán”, acuñado durante la batalla de Verdún, en la Primera Guerra Mundial. Dicho eslogan se le atribuye erróneamente a la madrileña Dolores Ibárruri alias “la Pasionaria” durante la proliferación

del fascismo y el inicio de la guerra civil española. A partir de ese momento, muchos de los carteles creados en la guerra civil llevarían consigo esta frase como defensa del bando republicano. En este bando, el 60% de los carteles aparecerán los eslóganes de carácter emocional mientras que el 40% serán de tipo racional. El comunismo, ideología de importante índole en el bando republicano, será definido por sus teóricos como un movimiento basado en la objetividad científica, cuyos ideales apelaban a la razón (Clark, 2000, p.48).



Figura 3. Carteles con el eslogan ¡No pasarán! Inconu.

3.3 Papel de la mujer

La situación de la mujer en el bando republicano en los años de la guerra pone en manifiesto numerosos carteles de aquella época; desde la representación de las milicianas revolucionarias hasta aquellos carteles donde a la mujer se le podía ver en la retaguardia.

La mujer consigue el derecho a voto en 1931 y por esta causa, muchos de los partidos políticos comienzan a dirigirse a un nuevo público, el femenino.

El objetivo fundamental del bando republicano era reclutar a mujeres al partido del que dependían, puesto que las filas del POUM estaban bastante despobladas, y además educarlas en los principios marxistas y revolucionarios, acercándolas a la incorporación al trabajo generando una mayor producción (Nash, 1999)

La imagen de la mujer en la propaganda republicana, aparece empoderada gracias a la incorporación al trabajo o a la adquisición de conocimientos nuevos o simplemente por su nuevo lugar dentro de la sociedad. Sin embargo, también se le representa como madre y progenitora, defensora de su familia. Es por ello, que la propaganda aporta una imagen de ellas que rompe con los roles establecidos de mujer tradicional, aunque también los representa, de manera poco ortodoxa, pero siempre contribuyendo a su perennidad.

En esta época los carteles republicanos, en el fondo, a pesar del comienzo de la mujer a salir un poco más de su círculo, se seguía reflejando la sumisión al sistema patriarcal y tradicionalista. La imagen del sexo femenino podríamos clasificarla en dos categorías:

En primer lugar, aquellos carteles que hacen referencia a las milicianas o al trabajo de la mujer en las fabricas. En estos casos se utiliza la imagen de ella mas “masculinizada”, representada eso sí, como una imagen moderna, joven y vestidas con el famoso mono obrero de color azul.

Estas mujeres durante los primeros meses de la guerra, fueron un símbolo de lucha contra el fascismo.

No sirva la disculpa de la no preparación femenina para ciertos menesteres; la mujer; como el hombre que es antifascista, no ve, no puede ver obstáculos de profesión, cuando estos obstáculos sirven para abrir el paso a su enemigo común: el fascismo. (Citado en Nash, 1999).

Por otro lado, existe aquellos carteles que hacían referencia a los bombardeos, y el papel de ellas era distinto. Se les podía ver en la retaguardia como enfermeras, costureras, cuidadoras... la imagen en este caso se suaviza y se dramatiza debido a que la mujer es más débil y el objetivo era provocar compasión y solidaridad.



Figura 4: *2ª Conferencia Nacional de Mujeres Antifascistas. Ortega, L. (1937)*

En la figura número 4, podemos apreciar que se trata de la Conferencia Nacional de Mujeres Antifascistas del año 1937. Las protagonistas son tres mujeres empoderadas representada gracias a varios objetos como el libro, que simboliza la fuente de conocimiento o la hoz símbolo del comunismo. Se transmite una viva imagen de mujeres activas en su lucha y participativas, de ahí la representación de sus rostros.



Figura 5: *La mujer también quiere ganar la guerra. Ayudémosla. Partido Comunista de España. Parrilla 1937.*

Teniendo en cuenta el contexto de lo que hemos hablado, este cartel cobra un sentido diferente si nos apresuramos a mirar la composición, cobrando un doble sentido dirigido a los hombres. Primero, y gracias a la leyenda, podemos deducir un mensaje: los hombres han de ayudar a las mujeres a incorporarse en el mundo laboral, una manera de luchar contra el fascismo desde la retaguardia (Herrero 2010). En segundo lugar, que la figura del hombre aparezca de espaldas a la derecha de la imagen en una postura en sobra, supervisando el trabajo de la mujer parece insistir en la idea de que el puesto de trabajo está creado para el hombre. Por ello, el cartel lanzaba un mensaje tranquilizador a aquellos varones que pudieran sentirse amenazados por la llegada de la mujer al trabajo (Herrero, 2010).



Figura 6. *Mujeres, trabajado por los compañeros que lucha.* Antonio, J. (1936-39)

En cartel numero 6, se representa a la mujer como ya hemos nombrado anteriormente, desde la retaguardia, engrandeciendo su labor e incorporación al trabajo, ya sea en el campo o en la industria. Al fin y al cabo, no deja de ser una forma de infravalorar a la mujer, separándola y dejándola al margen de la guerra.

3.4 Disciplina

En el bando republicano se insiste en la necesidad de ejercer una disciplina, una orden y unidad. Las nociones son ausentes en el bando republicano formado por soldados improvisados que no están acostumbrados a obedecer órdenes y se encuentran, en su mayoría, desunidos ideológicamente. Lo único que les une a estos soldados es ganar la guerra para establecer un régimen democrático. En las filas republicanas, la falta de disciplina por parte de los milicianos, especialmente los anarquistas, era alarmante: algunos de ellos dejaban el frente los fines de semana, se negaba a cavar trincheras o desperdiciaban munición (Beevor, 2005, p.190), Abad de Santillán ⁸llegará a decir que “la disciplina era casi un delito”.



Figura 7: ¡Unión! ¡Disciplina! ¡Por el socialismo! Cartel del Partido Obrero de Unificación Marxista. Carles Fontseré, 1936.

⁸ Diego Abad de Santillán, militante anarquista de la FAI y consejero de ciencia económica de la Generalitat durante la Guerra Civil.

En la figura 7 podemos apreciar la representación de obreros y campesinos aludiendo uno de los pilares principales del socialismo, la unión del proletariado.

3.5 Referencias de carteles

Tabla 2: *Carteles por tema bando republicano. Fuente: Pacheco, 2017.*

TEMA	NÚMERO	PORCENTAJE
VIOLENCIA	23	14'6
INSULTOS	18	11.5
DISCIPLINA	28	17'8
VICTORIA	19	12'1
REVOLUCIÓN	13	8'3
SOLIDARIDAD	4	2'5
MOVILIZACIÓN	12	7'6
TRABAJO	12	7'6
RELIGIÓN	2	1'4
NACIONALISMO	2	1'4
HIGUIENISMO	20	12'7
CULTURA	4	2'5
TOTAL	157	100

En esta tabla, podemos observar algunos de los temas más relevantes a través del cartel durante la Guerra Civil Española, aquellos cuyo objetivo es el incentivo al odio hacia el bando contrario. En la tabla podemos apreciar que el 12% de los temas, teniendo en cuenta la totalidad de la misma, son aquellos que inducen a la violencia. Esto es debido a la principal causa de este conflicto cuyo componente se basa en la diolología de ambos bandos.

Como ya se ha comentado, la guerra civil estalla tras el enfrentamiento entre las dos principales corrientes políticas de aquel momento, por ello, en los carteles propagandísticos de este momento no sólo se refleja el odio hacia el bando contrario, sino que también la ideología con el que se identificaban. Los carteles republicanos asimilaran la guerra como una cruzada con el fascismo.

Ante esta circunstancia, el tema más presente en los carteles del bando republicano será la disciplina, significando casi un 18%.

Otro tema recurrente es la religión en los carteles republicanos , donde aparecerá como el 1,4. Apenas le daban valor a hacer referencia a temas religiosos en sus carteles debido a que la monarquía en este bando no era una prioridad. Ellos buscaban constituir una república independiente y no existía hueco para la religión.



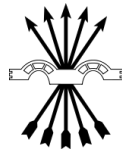
Figura 8: *Primero ganar la guerra ¡menos palabras vanas. Parrilla (Dibuixant).*

En el cartel se puede apreciar la imagen de tres soldados aludiendo los diferentes partidos políticos, socialistas, comunistas y anarquistas. Ambos se unen en la lucha con el fin de vencer al bando nacional, dejando a un lado sus discrepancias ideológicas que, por ende, será una de las razones de su fracaso en esta guerra.

El soldado más grande de la imagen representa el bando comunista en su conjunto. Esto se debe a la representación del soldado en color rojo, igual que la bandera del comunismo. El soldado más alejado de color amarillo representa junto a su bandera de color rojo y violeta al partido republicano. Por último, el soldado negro a la derecha de la composición representa el partido anarquista, representado por la bandera negra y roja.

Detrás de todos los soldados aparecen las tres banderas asociadas para recalcar la unidad cuya condición es indispensable para ganar la batalla.

El eslogan escrito en imperativo “1º ganar la guerra”, recuerda que antes de enfrentarse a controversias ideológicas, el objetivo principal es mantenerse unidos y ganar. La tipografía muestra claramente las palabras importantes del cartel, “ganar” y “guerra” tratándose así, de las palabras con mayor fuerza la imagen.



CAPÍTULO 4:

PROPAGANDA NACIONALISTA

INTRODUCCIÓN A LA PROPAGANDA NACIONALISTA

En el bando nacional, la propaganda se basó en la evidencia de sus avances militares y en unos mensajes simples (Díez, 2000.). En los primeros meses del conflicto, la propaganda nacionalista fue bastante precaria y voluntarista. Con el paso del tiempo, gracias a la ayuda alemana e italiana, consiguieron ir perfeccionando las deficiencias iniciales hasta conseguir una propaganda perfecta.

La propaganda nacional iba dirigida a la población civil y militar del propio territorio, pero también se hacían esfuerzos por llegar a quienes se hallaban en la zona enemiga (Mateo, 2000). Además, tanto el bando republicano como el bando nacional, eran conscientes de la repercusión que podía llegar a haber en los países internacionales de la lucha en España y cuidaron al detalle la propaganda exterior (Moradiellos, 20001).

Como en el bando republicano, los carteles tuvieron un papel importantísimo en la producción de la propaganda nacional. Se inspiraban, por supuesto, en la Italia fascista y la Alemania nazi. Entre los cartelistas que trabajaron para el bando franquista podemos destacar a Carlos Sáenz de Tejada y de Lezama que habrían contribuido como dibujantes del diario La Libertad, AB.

4.1. Simbología

Para hablar de los símbolos más característicos de este bando, tenemos que hacer referencia a La Falange Española.

La Falange fue un partido político español de extrema derecha liderado por el bando nacionalista, cuyas características propias coincidían con las del fascismo y sobretodo, componentes tradicionalistas y católicos. Antes de que diera comienzo la guerra, se une con la JONS (Junta de Ofensiva Nacional-Sindicalista).

El origen de este símbolo o emblema es una interpretación del escudo de los Reyes Católicos. Para la Falange, la JONS y posteriormente el franquismo, la corona era de real importancia. El diseño consta de cinco flechas en haz, apuntando hacia arriba y sobre ellas un yugo. Fue también una alusión a los nombres de los dos monarcas: la letra Y de

“yuso” representaba a Ysabel (en la escritura de aquel entonces), mientras que la F, representaba las flechas y a Fernando.

Otro dato de esta simbología la encontramos en el yugo, la alusión a la leyenda del Nudo gordiano, al igual que el lema tanta monta; mientras que el haz de flechas alude a la clásica historia moral que advierte que las flechas pueden ser fácilmente rompibles por separado pero todas juntas, es imposible. (Wikipedia, 2020).

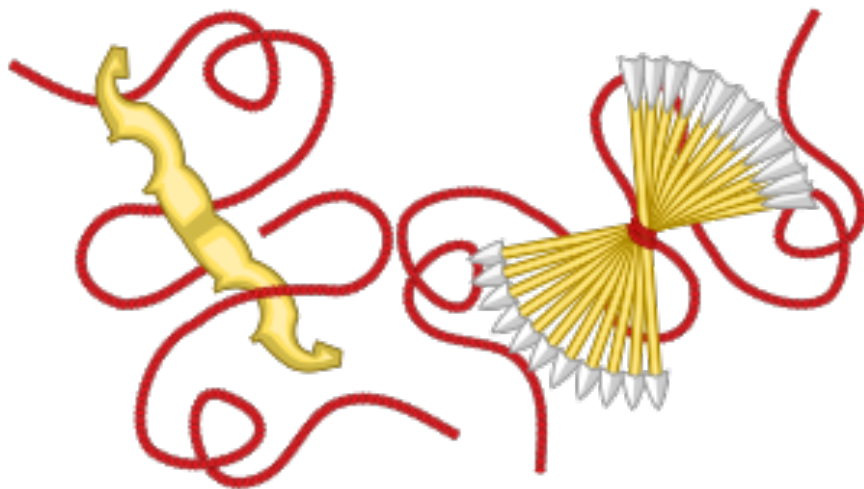


Figura 9. *Yugo y flechas por separado. Wikipedia.*

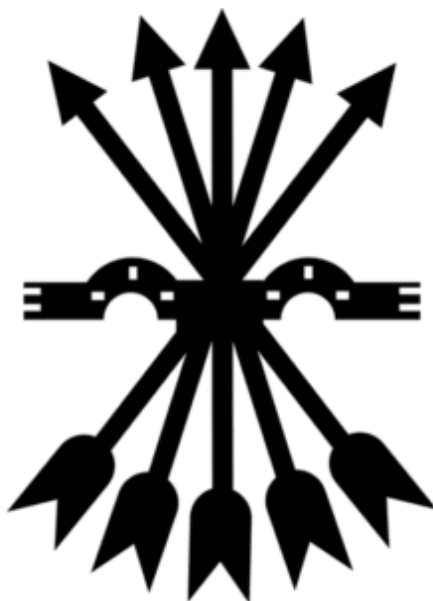


Figura 10. *Wikipedia. El yugo y las flechas unidas.*

Tabla 3. Representación de la cantidad de simbología nacionalista. Fuente: Pacheco 2017.

CANTIDAD DE SIMBOLOGÍA REPUBLICANA		
TIPOS DE SIMBOLOGÍA	NÚMERO	PORCENTAJE
BANDERAS	6	16'7
ANIMALES / BESTIAS	3	8'3
EMBLEMAS	21	58'3
GESTOS	4	11'1
OTROS	2	5'6
TOTAL	36	100

Como se ha explicado en el apartado de simbología del bando republicano (pag20), la simbología es una de las partes más fundamentales de la propaganda de guerra. El tipo de símbolo más utilizado en ambos bandos es el emblema, en este caso cuenta con casi un 59% de sus símbolos usados.

El bando sublevado utilizó este tipo de simbología comunista con el fin de referirse a los republicanos. El emblema más reconocido en el bando nacional será el yugo y las flechas como se expone en la página 33 de este documento.

Otro de los símbolos más recurrentes por el cartelismo nacional serán las banderas, (representados con el 16'7%) de la simbología del bando. La bandera protagonista del bando franquista será la popularmente conocida bandera española de color rojo y amarillo con el “escudo de águila”. Sin embargo, existía otra bandera popular en el bando nacionalista, representada por colores rojinegros pertenecientes a la Falange Española.

Por último, otro tipo de simbología que destaca en esta tabla serán los gestos (11%) de los símbolos nacionalistas, haciendo hincapié en el saludo fascista.

4.2. Eslóganes

Los eslóganes por parte del bando nacional cuentan con un 60% para aquellos de carácter emocional y un 40% para los eslóganes de tipo racional. Esto se debe a algunas de las ideologías de las que se nutre la propaganda entre ambos bandos. El fascismo en este tiempo fue una de las corrientes de pensamiento más recurrentes dentro del bando nacionalista, notándose con gran influencia en la propaganda de los sublevados. La propaganda fascista rara vez prometía el bienestar material (Clark, 2000, p.48).

El significado de “Arriba España”. Españoles con brazos alzados avanzan voluntariamente para defender la visión de su país con el fin de luchar y ganar la guerra. Un obrero con un martillo al hombro simboliza la adhesión de la clase obrera. Un campesino en la parte inferior izquierda con un hacha sobre su hombro define la clase agrícola. Una madre con su hijo en brazos pone en contexto el papel asignado a la mujer en este bando: responsable y ama del hogar, haciendo referencia a las familias españolas en general.

Todos contribuyen en el saludo fascista utilizado en los países como Alemania e Italia, símbolo por excelencia de todos los partidos totalitarios y adherentes en España a las ideas de la FET (Falange española tradicionalista) partido de extrema derecha. No sorprende en este tipo de propaganda que el que guíe a todos sea precisamente un hombre falangista con fusil en mano. La figura 11 representa la respuesta nacional a su propaganda del “no pasarán republicano”



Figura 11. "Arriba España". Anónimo (1939-1940).



Figura 12. "Pasaremos, ofensiva en todos los frentes" Anónimo.

4.3. Papel de la mujer

A diferencia de las mujeres del bando republicano, que en la guerra estuvieron más activas durante un tiempo, son las mujeres del bando nacional las que tuvieron una actitud más pasiva hacia el frente, pero una activa conciencia política. La labor de las mujeres nacionales en los años de guerra se centraba en perpetuar los roles asociados tradicionalmente con el género femenino, centrados en la mujer dadora de vida y protectora, esposa, encargada del mantenimiento del hogar y que optaba y velaba por el recato en su forma de vestir, maquillar y actuar (Guardo et al., 2012).

Mercedes Sanz Bachiller y Pilar Primo de Rivera, fueron las mujeres que destacaron en el bando nacional por su apoyo y desarrollo de tareas. Los discursos dirigidos a las mujeres en este bando, eran muy diferentes según su ideología. Pilar Primo de Rivera y su sección femenina, lanzaban la propaganda hacia el ámbito doméstico. Sin embargo, también existía las voces femeninas que, en su totalidad, luchaban por sus derechos básicos y a su vez, reivindicaban su libertad.

Pero como nosotras no vamos al frente, como nosotras no morimos, nosotras estamos obligadas a hacer conocer a España entera este modo de ser de la Falange. Estamos obligadas a hacer llegar nuestras consignas a nuestros hijos y a los hijos de nuestros hijos, para que España sea desde ahora y para siempre nacionalsindicalista. (Primo de Rivera, P., 1938)

En resumen, el papel que la mujer mostraba en aquel momento era de una mujer sometida, no comprometida políticamente, genitora que sólo se ocupaba exclusivamente de su familia y de su hogar. Tan solo participa en la guerra a través de auxilio social (dentro del organismo falangista) ayudando a los más necesitados.

También existen críticas en la forma de vestir y maquillarse de la mujer en el bando nacional. Se les decía cómo debían hacerlo y también cómo debían comportarse. Se les pedía modestia y recato. Con estas medidas, se les preparaba para lo que luego iba a ser la dictadura franquista.

En la figura 12 se representa a la mujer ejerciendo su puesto de madre, encargada del hogar y su familia. El texto “Por la madre y el hijo. Por una España mejor” refleja la importancia de la labor de auxilio social que otorgan los nacionalistas por el bien de España. Por otra parte, la figura 13 representa el rol de la mujer en el hogar que, como se ha comentado antes, el de protectora y cuidadora de los niños aparte de la ser la educadora de los mismos.



Figura 13.: “Por la madre y el hijo, por una España mejor” S. de Tejada, C. (1937)



Figura 14. *Ni un hogar sin lumbre, ni un español sin pan. Franco. S. de Tejada, C. (1937)*



Figura 15.: *“En nuestra justicia está nuestra fuerza”.* S. de Tejada, C. (1937)

En esta última figura, la mujer reaparece como madre, pero también como esposa, siendo arropada y acompañada por el hombre, colocado a la izquierda en una posición superior.

4.4. Disciplina

En el bando nacional, se insiste sobre la disciplina, el orden y la unidad. Ellos no tenían proyecto alguno sino la unión de fuerzas y un objetivo firme: ganar la guerra y establecer un régimen totalitario. Este bando estaba compuesto de soldados de carrera acostumbrados a obedecer órdenes y unidos por una ideología clara.

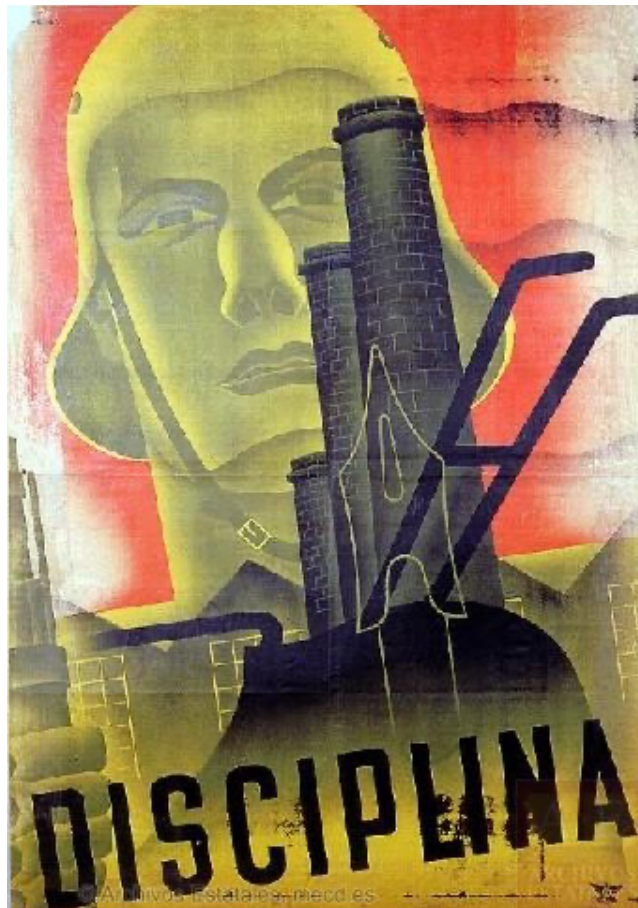


Figura 16: “Disciplina”. Martínez Ortiz (1938)

La figura 16 nos muestra un soldado del bando nacionalista donde aparece solo y en el trasfondo de la imagen. Este tipo de propaganda aparentemente, no detalla que exista alguna distinción ideológica ni disciplina alguna: todos luchan como un solo hombre. Los

colores que se utilizan en esta pieza gráfica son el amarillo para el soldado y el rojo para el fondo de la misma, que nos hace recordar la bandera nacional. En primer plano, delante de la figura del soldado aparecen tres chimeneas de fábrica. Este bando hace hincapié en la importancia de la producción industrial del momento y en su armamento para con el fin de ganar la guerra civil.

El eslogan “Disciplina” en letras mayúsculas reafirman la obligación de obrar como tal. Una llamada de atención para todos los militares y una llamada a la unión. En la parte inferior derecha se puede apreciar un águila como símbolo del servicio de propaganda del bando nacional que posteriormente pasaría a ser uno de los símbolos más importante en la dictadura franquista y que a día de hoy permanecen.

La visión que tienen de España en este bando es de un país encerrado en sí mismo, egoísta, intolerante, individual, religioso, y tradicionalista. Esta visión transcurrirá por muchos años en España.

4.5. Referencias de carteles

Tabla 4: *Carteles por tema bando nacionalista. Fuente: Pacheco, 2017*

TEMA	NÚMERO	PORCENTAJE
VIOLENCIA	2	3’9
INSULTOS	5	9’8
DISCIPLINA	4	7’8
VICTORIA	9	17’7
REVOLUCIÓN	0	0
SOLIDARIDAD	5	9’8
MOVILIZACIÓN	6	11’8

TRABAJO	3	5'9
RELIGIÓN	2	3'9
NACIONALISMO	12	23'5
HIGIENISMO	3	5'9
CULTURA	0	0
TOTAL	51	100

Al igual que en el bando contrario, comenzaremos haciendo una recopilación de los temas más populares en los carteles de la Guerra Civil, esta vez, en el bando nacionalista. Los carteles franquistas en este caso, podemos destacar dos temáticas: el nacionalismo y la victoria, que respectivamente representan el 23% y el 18% de los carteles presentados por este bando. La mayoría de la cartelería nacionalista datan de finales de 1938 o 1939, cuando el bando sublevado observaba ya su victoria en la contienda. En ellos, se deja ver la euforia y contento por la victoria que les auguraba. La “nueva España” y la ilusión por reconstruirla estaba muy cerca. El lema por excelencia que aparecía en muchos de estos carteles era el famoso “Arriba España”.

En esta tabla podemos temas como la solidaridad (aparecerá representada por el 10% de la temática expuesta en sus carteles) o la movilización (12%), el objetivo de estos carteles era la de pedir colaboración ciudadana en la retaguardia y sobretodo, en el frente.

Sin embargo, en ambos bandos, la disciplina es uno de los temas más frecuentes a la hora de estudiarlos, significando en el bando nacional un 8% de la temática de sus carteles. La disciplina sufre dos tipos de vertientes, una dirigida a los combatientes en la guerra y la otra a toda la población civil en la retaguardia.

CONCLUSIONES

Tras el análisis y realización de este trabajo en relación con los diferentes apartados del mismo, procedo a exponer las conclusiones finales.

En primera instancia y en relación con el punto de marco teórico, podemos destacar la importancia de la propaganda a nivel general, fundamentalmente en los conflictos bélicos vividos a lo largo de la historia. Tanto las guerras mundiales, como civiles, la propaganda cobra un protagonismo potencial, difícil de igualar. En el siglo XX la teoría de la propaganda irá evolucionando exponencialmente gracias a principales figuras teóricas que desempeñarán un papel importante, ya que serán los encargados de definir la propaganda y medios de comunicación bajo la opinión pública.

Los medios de comunicación lograrán que muchos países utilicen esta herramienta con el fin de alcanzar un objetivo propagandístico a las masas, a través de ideologías y de difundir odio y miedo a la población.

La primera Guerra Mundial será el acontecimiento detonante para que la comunicación avance en su materia y conseguirá que Guerra civil española sea un importante suceso en la historia de la propaganda política española.

En base a la realización de análisis sobre la muestra de carteles propagandísticos ya expuestos junto a sus hipótesis, concluimos diciendo:

Correspondiente al bando republicano, el número de carteles que se conservan hoy por hoy es más significativo que el bando contrario debido a que estos aumentaron su número durante el conflicto bélico y especialmente a partir de la transición española en 1975. Los carteles nacionalistas sufrieron una connotación ofensiva por culpa del franquismo que hizo que esa propaganda no llegara a nuestros días.

Es evidente, que tras dos guerras mundiales y una propaganda ya guiada por muchos, la temática de los carteles durante la guerra civil española siga la misma línea: violencia, odio, miedo... serán algunos de los temas más recurrentes en la propaganda del momento. Ambos bandos tenían claro su objetivo, culpar al otro de las atrocidades que estaban sucediendo en la batalla. El target al que se pretende dirigir con la propaganda de guerra es especialmente la población civil. El bando republicano en concreto, utilizó en su propaganda insultos, caricaturas y todo tipo de denuncias. La disciplina, caerá

progresivamente en el lado republicano tras sufrir diferentes desuniones y desobediencias en el frente. Sin embargo, en el bando nacionalista la disciplina les ayudará a seguir la misma línea aglutinándose en muy pocos organismos de edición, pero siempre con fieles a su ideología.

Por último, la diferencia entre el número de carteles de ambos bandos se produce debido a cómo se desarrolló el conflicto. Durante la primera etapa de la guerra, el bando republicano dominaba la batalla controlando las grandes ciudades y por ello, toda su producción. Es entonces, cuando la cantidad de propaganda asciende en este bando. Sin embargo, a principios de 1938 la situación cambia. El bando republicano deja de creer en la posibilidad de ganar la guerra y parte de sus combatientes comienzan a dudar sobre sus principios ideológicos, es ahí cuando el bando nacionalista carga su armamento y comienza a editar una infinidad de carteles sobre la idea de vencer en esta dura batalla.

Podemos concluir con la satisfacción que ha llevado el realizar este trabajo de fin de grado donde se expone todo lo aprendido durante los cuatro años de grado. Contar una de las partes poco recurrentes sobre la historia de España ha llevado a confiar aún más en el tema y llevarlo hasta el final. Los medios de comunicación siempre han existido y sin duda, la propaganda, será por siempre uno de los medios más importantes de la historia comunicativa.

BIBLIOGRAFÍA

- Martorano(*), J. (2012, 8 febrero). *La propaganda y la contrapropaganda (II)*
Por: Juan Martorano(*) @juanmartorano. Aporrea.
<https://www.aporrea.org/medios/a138206.html>
- Anónimo (s/f). Recuperado el 7 de junio de 2021, de Idus.us.es website:
https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/14195/file_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Anónimo (s/f). Recuperado el 7 de junio de 2021, de Researchgate.net website:
https://www.researchgate.net/publication/332422897_Circulacion_de_imagenes_y_contrapropaganda_en_el_cine_del_bando_nacional_durante_la_Guerra_Civil_espanola

- Colaboradores de Wikipedia. (2021, 22 mayo). *André Marty*. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Andr%C3%A9_Marty&oldid=135728312
- *Propaganda republicana en la Guerra Civil española - Video Historico*. (2018, 19 abril). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=zTL9RpSnjgE>
- *Primero ganar la guerra*. (2009). Biblioteca de Catalunya. <https://mdc.csuc.cat/digital/collection/cartellsBC/id/120>
- Colaboradores de Wikipedia. (2021a, mayo 18). *Dolores Ibárruri*. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Dolores_Ib%C3%A1rruri#Segunda_Rep%C3%BAllica_y_Guerra_Civil
- LosSimbolos. (2019, 20 febrero). *Significado del Simbolo de la Estrella roja*. <https://lossimbolos.com/simbolo-comunista/estrella-roja/#:%7E:text=El%20s%C3%ADmbolo%20de%20la%20Estrella%20Roja%20se%20caracteriza,se%20le%20llama%20tambi%C3%A9n%20las%20estrellas%20de%20Kremlin.>
- *Vista de Los medios de comunicación en la Gran Guerra: «Todo por la Patria»*. (2013). Revistas UCM. <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/43411/41068>
- CAMPANARIO, Juan Miguel. *Mentiras arriesgadas: La propaganda de los dos bandos durante la ofensiva republicana de enero de 1939 en Extramadura*. (2009). <http://www3.uah.es/jmc/propaganda%20ambos%20bandos%201939.pdf>
- *Ideas de 1812: el surgimiento de la nación española*. (2012, 19 marzo). alfanje. <https://alfanje.wordpress.com/2012/03/19/ideas-de-1812-el-surgimiento-de-la-nacion-espanola/>
- *Blog de estudiantes de Arqueología de UCM*. (2012, 18 junio). Arqueópatas. <https://arqueopatas.wordpress.com/2012/06/18/el-papel-de-la-mujer-en-la-guerra-civilespanola/>
- MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE - Portal de Archivos Españoles. (s. f.-d). Por las milicias. Recuperado 19 de junio de 2021, de <http://pares.mcu.es/cartelesGC/servlets/visorServlet?cartel=972&page=1&from=busque%20da>

- Colaboradores de Wikipedia. (2021c, junio 14). *Simbología comunista*. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Simbolog%C3%ADa_comunista
- Chalo. (2021, 19 junio). *Carteles de destrucción*. Digo, es un decir. <http://digoesundecir.blogspot.com/2006/10/carteles-de-destruccin.html>
- *Affiche, 1936, Inconu, No Pasarán CNT UGT*. (1936). Les Affiches des combattants de la liberté - Espagne 1936. <http://affiches-combattants-liberte.org/es/accueil/385-affiche-1936-inconu-no-pasaran-cnt-ugt.html>
- *MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE - Portal de Archivos Españoles*. (s. f.-c). 2.ª Conferencia Nacional de Mujeres Antifascistas / 29–30 y 31 octubre 1937. Recuperado 19 de junio de 2021, de <http://pares.mcu.es/cartelesGC/servlets/visorServlet?cartel=367&page=1&from=busqueda>
- Beatriz de las Heras Herrero – *La mujer también quiere ganar la guerra. Ayudémosla* (2008) – ResearchGate. https://www.researchgate.net/figure/Parrilla-La-mujer-tambien-quiere-ganar-la-guerra-Ayudemosla-en-linea-Partido_fig2_47682853
- *MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE - Portal de Archivos Españoles*. (s. f.-b). Mujeres, trabajad por los compañeros que luchan. Recuperado 19 de junio de 2021, de <http://pares.mcu.es/cartelesGC/servlets/visorServlet?cartel=1435&page=1&from=busqueda>
- Los carteles del periódico Tierra: *construcción de la identidad del obrero colombiano* – (s.f). ResearchGate. https://www.researchgate.net/figure/Figura-4-Union-Disciplina-Por-el-socialismo-Cartel-del-Partido-Obrero-de_fig3_281040335
- *Ganarlaguerra - Vintage Communist Posters*. (s. f.). Ayay. Recuperado 19 de junio de 2021, de http://ayay.co.uk/background/vintage_posters/communist/ganarlaguerra/
- Colaboradores de Wikipedia. (s. f.). *Simbología del franquism - Wikipedia, la enciclopedia libre*. Wikipedia. Recuperado 19 de junio de 2021, de https://es.wikipedia.org/wiki/Simbolog%C3%ADa_del_franquism

- Colaboradores de Wikipedia. (2021, 27 abril). *Mujeres en la guerra civil española*. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Mujeres_en_la_guerra_civil_espa%C3%B1ola#El_bando_naciona
- MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE - Portal de Archivos Españoles. (s. f.- b) “Arriba España” . Centro Documental de la Memoria Histórica. Recuperado 19 de junio de 2021, de <http://pares.mcu.es/cartelesGC/servlets/visorServlet?cartel=2034&page=1&from=busqueda>
- Amazon.com: *Primero de Mayo Pasaremos Ofensiva en Todos los Frentes - Póster de la Propaganda Militar de Guerra Civil: Everything Else*. (s. f.). Amazon. Recuperado 19 de junio de 2021, de <https://www.amazon.com/-/es/Primero-Pasaremos-Ofensiva-Todos-Frentes/dp/B07ZS7QWRQ>
- MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE - Portal de Archivos Españoles. (s. f.). Ni un hogar sin lumbre, ni un español sin pan. Franco. Recuperado 19 de junio de 2021, de <http://pares.mcu.es/cartelesGC/servlets/visorServlet?cartel=2117&page=1&from=busqueda>
- MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE - Portal de Archivos Españoles. (s. f.- e). Por la madre y el hijo, por una España mejor. Recuperado 19 de junio de 2021, de <http://pares.mcu.es/cartelesGC/servlets/visorServlet?cartel=1997&page=1&from=busqueda>
- MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE - Portal de Archivos Españoles. (s. f.- f). Ni un hogar sin lumbre, ni un español sin pan. Franco. Recuperado 19 de junio de 2021, de <http://pares.mcu.es/cartelesGC/servlets/visorServlet?cartel=2117&page=1&from=busqueda>
- CLARK, T. (2000). *Arte y propaganda en el siglo XX*. Akal.

Pizarroso Quintero, A. (2005, 15 enero). *La Guerra Civil española, un hito en la historia de la propaganda*. El argonauta español. <https://journals.openedition.org/argonauta/1195>

- Iglesias Rodríguez, G. (s. f.). *La propaganda en las guerras del siglo XX*. Arco/Libros S.L.

- José Manuel Pachecho Morato (2017). *Los carteles propagandísticos durante la guerra civil española*. Dehesa.
http://dehesa.unex.es/bitstream/10662/6866/6/TFGUEX_2017_Pacheco_Morato.pdf

- Guardia, R. M. (1992). *Historia de la propaganda: notas para un estudio de la propaganda política y de «guerra»*. Dialnet.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2915008>