

Presentación

Métodos de propaganda activa en la Guerra Civil española: literatura, arte, música, prensa y educación constituye una primera aproximación global a las diversas vetas propagandísticas que, en apoyo a ideologías dispares, fueron utilizadas por el bando republicano y el llamado bando “nacional” durante la Guerra Civil española. Este volumen se inscribe dentro del Proyecto I+D del Ministerio de Ciencia y Competitividad (Programa Estatal de Investigación Científica y Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento) “Métodos de propaganda activa en la Guerra Civil: teatro, cine, poesía, música y prensa”, que, dirigido por el Dr. Emilio Peral Vega (Universidad Complutense de Madrid), ha sido concedido para el trienio 2014-2016.

Aunque asumimos como punto de partida la mucha bibliografía que se ha vertido, sobre todo desde los años setenta, sobre cada una de las disciplinas que pretenden ser analizadas, el citado proyecto desea arrojar nueva luz, objetiva y desideologizada, no solo sobre las diversas experiencias –en especial las inéditas– que en el campo cultural buscaron adhesiones internas y externas para los dos bandos en litigio –desde la polimórfica empresa del Altavoz del Frente, auspiciada por el Partido Comunista, hasta las múltiples iniciativas teatrales, poéticas y editoriales emprendidas por la Falange Española–,

sino, sobre todo, analizar cuáles fueron los resortes de financiación y, en consecuencia, cómo se orquestaba y financiaba la producción, publicación y exhibición de los productos culturales. Para ello se hace necesaria una labor de investigación profunda en el Archivo del Partido Comunista de España (sito en la Biblioteca Histórica de la Universidad Complutense de Madrid), en los muy desperdigados archivos de la Falange, en el Archivo Histórico Nacional y en los archivos provinciales y municipales de las principales plazas de la contienda, así como en archivos internacionales (desde Estados Unidos hasta Rusia) para obtener datos apenas atisbados hasta el momento.

Este primer volumen se centra, en consecuencia, en la primera de las áreas de investigación apuntadas: la descripción y el análisis detallados de las iniciativas que se llevaron a cabo entre los republicanos y los alcistas. Para los primeros, la contienda no es solo una lucha por el restablecimiento de una democracia cercenada, ilegítimamente, con el golpe de Estado de julio de 1936, sino también una batalla cruenta por preservar la cultura. Podríamos hablar, en sentido estricto, de una cruzada cultural que pretendía defender un rico recipiente en el que cabían manifestaciones folclóricas, proletarias, panfletarias y hasta propuestas depositarias de la más elevada condición estética. Todas ellas se encaminaban al enaltecimiento de una causa que nacía militarmente diezmada, primero por el apoyo de gran parte del Ejército profesional a los sublevados y, en segundo término, por la firma del acuerdo de no intervención por las potencias europeas, respetado a conciencia por Francia y Gran Bretaña, pero obviado por los bastiones fascistas de Italia y Alemania. Esta inferioridad logística, que nunca consiguió revertirse a lo largo del conflicto, explica los intentos por recabar apoyos internacionales, expresión máxima de los cuales es el Pabellón Español para la Exposición Internacional de París de 1937, asunto al que se dedica el primero de los capítulos –firmado por Emilio Peral Vega–, con especial incidencia en los proyectos teatrales cuyo desarrollo se previó inicialmente unido a las actividades del Pabellón; y también explica, claro está, la implicación de un gran número de intelectuales, quie-

nes, convencidos de la encrucijada a la que se enfrentaba nuestro país, dejaron aletargadas sus carreras literarias en pro de un bien superior a sus legítimos intereses personales. Quizás el ejemplo mayor de creador *engagé* está representado por Miguel Hernández, tanto en su faceta estrictamente creativa –así su poemario *Viento del pueblo. Poesía en la guerra* (1937) y el conjunto de piezas dramáticas titulado *Teatro en guerra* (1937) constituyen puntos de referencia en la muy desigual producción literaria de la Guerra Civil– como en su militancia activa –conocida es su colaboración en la vanguardia cultural de los frentes, primero en Jaén y después en Castuera (Badajoz)–, una labor en la que se vio acompañada por otro poeta de primera fila: José Herrera Petere, autor este último de un poemario, *Guerra viva* (1938), que necesita con urgencia de una edición crítica con extensa difusión. En la figura de Miguel Hernández se centran los trabajos de Rafael Alarcón y Aitor Larrabide; al poemario de Herrera Petere dedica un detallado análisis Guillermo Ginés. Aunque bastante menor en cuanto a número y con un carácter menos inmediato que la poesía y el teatro, la novela abrió sus puertas a la defensa de los intereses republicanos, sobre todo para ensalzar la heroica defensa de Madrid, como estudia Alessandro Cassol.

Pero más allá de la literatura, la propaganda republicana tuvo un fértil desarrollo en otros ámbitos de expresión, muy especialmente en las artes gráficas. Los carteles de guerra se convirtieron muy pronto en un mecanismo de extraordinaria eficacia, toda vez que su referencialidad icónica directa, en múltiples ocasiones mechada de palabras rotundas que apelaban a la empatía con la causa común, permitía hacer llegar el mensaje de filiación a todos los estratos socioculturales con la misma intensidad; y siempre a partir de una estética de deformación grotesca que, como bien analiza Álvaro López, evidenciaba las costuras más truculentas del enemigo. Y no menores fueron los esfuerzos llevados a cabo en el terreno educativo, con un desarrollo integral de iniciativas encaminadas a la formación del soldado, de las que las Milicias de la Cultura y la *Cartilla Escolar Antifascista* son tan solo las muestras más señaladas, tal y como se muestra en el trabajo de Carolina Rodríguez-López.

Aunque muy inferior cualitativa y cuantitativamente, la propaganda “nacional” no ha merecido la atención crítica que merece desde el punto de vista historiográfico. En este sentido, continuando con una línea que ha caracterizado algunas de nuestras publicaciones anteriores –pongo por caso *Retablos de agitación política. Nuevas aproximaciones al teatro de la Guerra Civil española* (Iberoamericana/Vervuert, 2013)–, pretendemos ahora adentrarnos en las peculiaridades de una propaganda un tanto errática y algo tardía en el tiempo. Los intelectuales afectos a la sublevación procedían, casi en su totalidad, del círculo de Falange y, bajo la batuta de Dionisio Ridruejo –a cuya figura dedica un extenso artículo José Luis de Miché–, pergeñan un conjunto nada desdeñable de antologías poéticas y poemarios –sobre los que reflexiona por extenso Javier Cuesta Guadaño–, novelas –con Tomás Borrás (*Checas de Madrid*) a la cabeza– y espectáculos teatrales –en especial las magníficas puestas en escena de los autos sacramentales barrocos llevadas a cabo por el Teatro de la Falange Española que ocupan el artículo de Francisco Sáez Raposo–, amén de una cartelística que comparte estética grotesca con su contraria –en torno a la que escribe atinadamente Antonio López Fonseca– y unas muy jugosas crónicas, a mitad de camino entre lo literario y lo periodístico, que, firmadas por Luis Montán, son estudiadas con pulcritud por Marta Olivas.

Como podrá comprobar el lector de estas páginas, la propaganda nacional no busca una adhesión urgente e inmediata. La superioridad militar de los alcistas, que la guerra delata desde sus primeros acordes, retarda el surgimiento de una propaganda que, en su vertiente más militante, fue escasa y que derivó, a partir de 1937, en un conjunto de acciones culturales dirigidas a la reafirmación de los ideales políticos y confesionales en los que se habría de fundar la futura dictadura. Hablaríamos, en consecuencia, de una propaganda prospectiva frente a su carácter de apremiante inminencia en el lado republicano. Se trataba de horadar de forma sistemática las conciencias de los españoles cuyos territorios iban siendo *ocupados*, al tiempo que se llevaba a cabo una apropiación nominal y simbólica del espacio físico, asunto este que ocupa el capítulo de Carlos Píriz, e

incluso cultural, si tenemos en cuenta el interés por hacer de ciertos referentes, entre ellos Manuel de Falla, ingredientes de la causa, como analiza Elena Torres Clemente.

Métodos de propaganda activa es, por tanto, el primer resultado editorial de conjunto para un equipo de investigadores que, bien adscritos al proyecto I+D citado con anterioridad, bien en calidad de colaboradores, dedican sus esfuerzos a desentrañar las particularidades del desarrollo de la cultura en tiempos de guerra.

Emilio Peral Vega y Francisco Sáez Raposo
Madrid, mayo de 2015