

Gritos sobre la pared: La propaganda gráfica en la lucha simbólica contra el fascismo durante la Guerra Civil Española (1936-1939).

Petralanda, Carlos.

Cita:

Petralanda, Carlos (2017). *Gritos sobre la pared: La propaganda gráfica en la lucha simbólica contra el fascismo durante la Guerra Civil Española (1936-1939)*. XVI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad Humanidades. Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-019/118>

Mesa N° 19: “Jóvenes y juventud en el siglo XX. Actitudes, emociones políticas y prácticas culturales”

Título: “Gritos sobre la pared: La propaganda grafica en la lucha simbólica contra el fascismo durante la Guerra Civil Española (1936-1939)”

Autor: Petralanda, Carlos César

Universidad: Universidad Nacional del Sur

Para publicar en actas

Resumen: Una de las manifestaciones políticas surgida del calor del siglo XX es la propaganda, esta se expresa a través de diferentes medios y canales, radios, diarios, películas cinematográficas, folletos, discursos y afiches, esta actividad tenía como fin influir sobre la opinión pública y las masas. Por lo que esta práctica política, cumplirá un rol clave en diferentes escenarios históricos, como transmisora de ideologías y como herramienta de disputa del poder, en el presente artículo nos proponemos indagar sobre los usos de la propaganda durante la Guerra Civil Española.

La Guerra Civil Española fue un conflicto bélico que se desencadenó luego del fracaso del Golpe de Estado del 17 y 18 de julio de 1936, llevado a cabo por el Ejército contra el gobierno de la Segunda República. El conflicto se entenderá entre 1936 y 1939, y concluirá con la victoria de los rebeldes, lo que tendrá como consecuencia la instauración de la dictadura de Francisco Franco. El conflicto enfrentará a dos bandos, por un lado, al republicano, integrado por las fuerzas de centro izquierda e izquierda y organizaciones sindicales; que tenían marcadas diferencias ideológicas entre sí. Por otro lado, la derecha o bando Nacionalista, que contaba con el apoyo de las facciones rebeldes del ejército, la oligarquía industrial, los terratenientes, la burguesía y la Iglesia Católica. A nivel internacional, los republicanos contaban con el apoyo de la Unión Soviética, y los nacionalistas con los gobiernos fascistas de Alemania e Italia. En paralelo al conflicto armado, la querrela se dará también en el plano simbólico, donde los jóvenes desarrollarán múltiples actividades políticas y culturales, como el uso de la propaganda gráfica, para disputar sentidos.

El presente artículo, se propone dar cuenta de los usos políticos de dicha propaganda gráfica, específicamente del cartelismo, por parte de las juventudes republicanas en el

contexto de la Guerra Civil (1936-1939). En dicha trama histórica, el cartelismo fue utilizado de múltiples maneras y con diferentes objetivos, por lo que ha sido analizado desde diferentes perspectivas, desde sus aspectos formales y estilísticos, los simbólicos y los sociohistóricos.

El análisis buscara indagar sobre las representaciones simbólicas que se construyeron de los diferentes actores sociales, identificar los roles que se le asignaron durante el conflicto, y caracterizar una estética antifascista.

Introducción:

George Orwell, en "*Homenaje a Cataluña*", dice "por todas partes se veían carteles revolucionarios flameando desde las paredes sus limpiísimos rojos y azules que hacían que, los escasos anuncios que los rodeaban parecieran manchas de barro"¹. Estos carteles, estos gritos en las paredes, formaban parte del ambiente que se respiraba en las calles españolas en los años de la guerra. Un espacio escénico que, en parte, buscaremos reconstruir en este escrito

Considerado como el episodio más trágico de la historia contemporánea de España, la Guerra Civil Española, acontecida entre julio de 1936 y abril de 1939, fue, entre algunos de los análisis históricos ofrecidos, la consecuencia de la incapacidad histórica y colectiva de consolidar el proyecto democrático de la Segunda República. Apoyada por sectores civiles y eclesiásticos la sublevación militar contra la legitimidad del gobierno frente populista fue el resultado de un mal enquistado en la historia pasada del país, la imposibilidad de la vieja oligarquía, creada en la restauración, para asimilar el argumento modernizador de la república. La vehemencia cainita que sacudió la vida de los españoles durante los interminables tres años que duro el enfrentamiento civil dejo como legado unas consecuencias sociales, culturales y políticas que aun hoy día perduran en la sociedad española.

La temática de esta investigación surge a partir de una motivación personal, dar respuesta a dos interrogantes ¿Cómo los republicanos lograron el apoyo de los sectores populares, como los campesinos, sin ser estos últimos abiertamente revolucionarios, y de

¹ ORWELL, George. *Homenaje a Cataluña*. El país. Madrid, 2012, pp. 4.

otros actores sociales, como los trabajadores, durante los años de la Guerra Civil (1936-1939)? ¿Y qué rol jugó la propaganda política en la construcción de sentidos y representaciones para la resistencia antifascista?

La elección temporal, abarca la totalidad de los años en que se desarrolla la Guerra Civil, de 1936 a 1939, este recorte temporal servirá de criterio para la selección de los carteles utilizados como fuentes.

En cuanto a la dimensión espacio, de manera general me centrare en la región bajo control de los republicanos al inicio de la sublevación, y de manera más precisa en las ciudades de Barcelona y Valencia. Esta elección, está determinada por una lado, por la disponibilidad de las fuentes, y por otro, porque este será el escenario de la resistencia. Dicha resistencia no solo será armada, sino que también se manifestará en la propaganda como lucha de representaciones entre fascismo y antifascismo.

Para finalizar me parece necesario señalar la relevancia y la originalidad de esta propuesta, la cual está en indagar sobre el poder que tienen las representaciones en la política, y en mostrar como una amalgama de imágenes conformó un cuerpo propio que identifico la oposición fascismo-antifascismo con república, guerra y revolución.

Objetivos:

Dicho trabajo tiene como objetivo general, analizar la representación simbólica que se construyó durante la Guerra Civil Española de diferentes actores sociales, como el campesino, el obrero/trabajador y el miliciano a partir de la propaganda grafica. Además, identificare los distintos roles y tareas que se les asignaron durante los años que duro la guerra civil.

Por otro lado, buscare mostrar cómo a partir estas representaciones se creó un sentido de unidad antifascista, y entender qué el conflicto entre los republicanos y los nacionalistas, que se materializó en una guerra armada, también los hizo en el plano simbólico.

Quedara pendiente, para un estudio futuro, un análisis con perspectiva de género de los carteles, para indagar sobre cómo se construye la imagen de la mujer, como estos carteles son atravesados por el patriarcado, cuales son los roles asignados a la mujer y cómo funciona la división sexual del trabajo en el conflicto civil.

Hipótesis:

Nuestra investigación parte del supuesto de que los republicanos lograron el apoyo de los sectores populares, entre ellos los campesinos y los trabajadores, durante la Guerra Civil debido a que la propaganda generó un sentido de unidad en la lucha contra el enemigo fascista. Y que, a partir de las representaciones y construcciones de sentidos, materializadas en el cartelismo, esta propaganda política conformó una estética de la resistencia antifascista.

Estado de la cuestión:

Distintas investigaciones han indagado sobre los usos de la propaganda política durante el siglo XX, en diferentes contextos históricos, y desde diferentes perspectivas teóricas, muchas de estas resultan de especial relevancia para nuestra investigación.

En este sentido, referencias ineludibles son las obras de Toby Clark, Victoria Bonnet, Jeffrey Herf, y Marcela Gené. Toby Clark en “Arte y propaganda en el siglo XX”², indaga sobre las relaciones entre arte y política a lo largo del siglo XX. El autor busca dar cuenta de los usos del “arte de la propaganda” en la Italia fascista, en la Alemania nazi y en la Unión Soviética estalinista. Por otra parte, analiza la relación que se entabla entre la propaganda y la guerra, esto denota especial importancia para nuestra investigación, ya que la práctica aquí estudiada, también, se sitúa en un escenario de guerra.

El libro de Victoria Bonnell³, es una historia social y cultura de las imágenes que, se centra en el estudio de afiches soviéticos. La autora estudió tanto el ámbito de producción, a cargo de agencias estatales, como también, su recepción.

Por su parte, Jeffrey Herf⁴ en “El enemigo Judío, la propaganda Nazi durante la Segunda Guerra Mundial y el Holocausto” estudia como el Nazismo⁵ construye un “otredad

² CLARK, Toby. *Arte y Propaganda en el siglo XX: La imagen política en la era de la cultura de masas*. Akal. S.A. Madrid, 2000.

³ BONNET, Victoria. *Iconography of Power, Soviet Political under Lenin and Stalin*. University of California Press. Los Ángeles, 1997.

⁴ HERF, Jeffrey. *El enemigo judío: La propaganda nazi durante la Segunda Guerra Mundial y el Holocausto*. Debate. Buenos Aires, 2008.

⁵ Otros textos interesantes sobre arte, propaganda y política en el nazismo:
ADAM, Peter. *El arte del Tercer Reich*. Tusquets. Barcelona, 1992.

negativa” a partir de los usos de la propaganda a fin de justificar el genocidio judío; el análisis de Herf pone énfasis en la propaganda gráfica como carteles y afiche.

Por último, Marcela Gene, en “Un mundo feliz”⁶ analiza como los propagandistas elaboraron el repertorio iconográfico del peronismo, la autora se centra en la construcción de la representación de la imagen del trabajador y del peón rural, para esto hará uso de múltiples fuentes visuales, entre ellas carteles, laminas y folletos.

Si nos circunscribimos al caso de la Guerra Civil Española, la primera obra que merece mención es la tesis doctoral de Gema Iglesias Rodríguez “La propaganda política durante la Guerra Civil Española: La España Republicana”⁷. Dicha obra centra su análisis en la organización del aparato propagandístico de los republicanos a partir del estallido de la guerra, su estudio se centra en la propaganda escrita, la radiodifusión y en los espectáculos públicos. La tesis de Iglesias Rodríguez, además, realiza un examen de los diferentes usos y formas de la propaganda de acuerdo a las diversas fuerzas de izquierda que resisten los embates del fascismo; comunistas, anarquistas y socialistas.

Diferentes producciones han estudiado a la propaganda republicana como practica de agitación, dando origen al concepto de “Agit-Prop”, tal describe a un conjunto de actividades y actuaciones públicas realizadas para despertar conciencia y promover la convulsión de la población, es decir, un arte cívico para legitimar una transformación revolucionaria de la sociedad. Dicho concepto, ha sido aplicado a múltiples procesos históricos, entre ellos a la Revolución Rusa, por lo que se lo ha identificado como práctica política del partido comunista. En torno a estas ideas, Cristopher Cobb⁸, por un lado, y Francesc Andreu Martínez Gallego y Antonio Laguna Platero⁹, por otro, han estudiado la propaganda en la Guerra Civil Española. Este tipo de propaganda durante la Guerra Civil se

MOSSE, George. *La nacionalización de las masas: simbolismo político y movimiento de masas en Alemania desde las Guerras Napoleónicas al Tercer Reich*. Siglo XXI editores. Buenos Aires, 2007.

⁶ GENE, Marcela. *Un mundo feliz: imágenes de los trabajadores en el primer peronismo (1946-1955)*. Fondo de Cultura Económica. Universidad de San Andrés. Buenos Aires, 2008.

⁷ IGLESIAS RODRÍGUEZ, Gema. *La propaganda política durante la Guerra Civil Española: La España Republicana*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid. España, 2002.

⁸ COBB, Christopher. “El Agit-Prop cultural en la Guerra Civil”. En: *Studia histórica*. Historia contemporánea. Ediciones Universidad de Salamanca. Salamanca, Vol. X-XI, 1992-93, pp. 237-249.

⁹ GALLEGO FRANCESC, Andreu y LAGUNA PLATERO, Antonio. “Agit-Prop comunista en la Guerra Civil: Entre el Frente Popular y el Partido Único Obrero”. En: *Historia Contemporánea*. Universidad del País Vasco. N° 49, 2014, pp.675-706.

manifestó de múltiples formas, según lo planteado por los autores antes mencionados, entre ellas el mitin, el deporte, el teatro, altavoces, coros, banderas y carteles.

Antes de adentrarnos en estudios que centran su análisis en los carteles republicano hare mención a dos textos que analiza los usos de la propaganda por parte de los Nacionalistas. El primero de ellos es de Francisco Sevillano Calero¹⁰, quien indaga sobre como la propaganda ayuda a la construcción de la imagen de Franco como líder carismático de los nacionalistas, el estudio se basa en la oposición entre una “España nacional” frente a una “anti-España”. Calero señala una similitud entre la retórica nacionalista y la republicana, ambas se basan en el antagonismo, pero asimismo marca una diferencia semántica. Es este punto, del estudio de Calero, el que resulta valioso para esta investigación, ya que muestra que la semántica república señala hacia un “presente futuro”, es decir, que tiene una fuerte carga de utopismo.

También dentro de los estudios sobre la propaganda nacionalista encontramos el artículo de Carlos Pulpillo Leiva¹¹, “La configuración de la propaganda en la España nacionalista (1936-1941)”, el autor señala que la guerra no fue solo un conflicto bélico, sino también ideológico, por lo que habla de una “guerra de ideas”. Leiva cuenta como se organizó el aparato propagandístico del franquismo, cuáles fueron sus canales de difusión, y señala sus principales objetivos imbuidos de una retórica nacionalista. Por último, hace mención a los objetivos que tendrá la prensa franquista una vez finalizada la guerra, estos pueden sintetizarse en dos, primero, consolidar el régimen, segundo, dotar al mismo de legitimidad internacional.

Por último, se encuentran las investigaciones que se centran en el cartelismo y la gráfica republicana, estos presentan dos perspectivas de análisis, por un lado, las características formales de la gráfica, y segundo las condiciones sociohistóricas en que fueron producidos.

El primero de estos estudios es el de Tomas Facundo Ferre¹², quien divide su estudio en dos partes, en la primera realiza un análisis formal y estilístico de la obra de tres de los

¹⁰ CALERO SEVILLANO, Francisco. “La propaganda y la construcción de la cultura de guerra en España durante la Guerra civil”. En: *Studia historia. Historia Contemporánea*. Ediciones de la Universidad de Salamanca. Salamanca, Vol. 32, 2014, pp.225-237.

¹¹ PULPILLO LEIVA, Carlos. “La configuración de la propaganda en la España nacionalista (1936-1941)”. En: *La Albolafia: Revista de Humanidades y Cultura*. Ediciones Instituto de Humanidades. España, N° 1, 2014, pp. 115-136.

¹² FERRE, Facundo Tomas. “Guerra Civil española y carteles de propaganda: El arte y las masas”. En: *Olivar: revista de literatura y cultura españolas*. Universidad Nacional de la lata, N° 8, 2006, 73-85.

cartelistas más famosos, Josep Renau, Arturo Ballester y Vicente Ballester Marco, además caracteriza a los carteles como un arte, como una expresión pública de ideas en la que no hay lugar para la concepción de “obra única” y que es obligatoriamente masivo. En la segunda parte, la cual reviste mayor interés, se adentra en los criterios retóricos, hace uso de dos conceptos de Georges Péninou, régimen de predicación y régimen de presentación. Ambos conceptos son una herramienta útil para el análisis de la relación entre el emisor y su destinatario, es decir, para indagar sobre los tipos de discursos que los republicanos utilizaron. Dentro de los estudios formales también podemos agrupar a la tesis doctoral de Dolores Cabral Martín,¹³ probablemente el estudio más minucioso y detallado de la cartelería republicana. La autora indaga sobre la significación de los carteles, analiza los estímulos estéticos de los carteles, de sus textos y de sus imágenes, los mensajes lingüísticos e icónicos, las líneas, los planos, las formas, los esquemas compositivos, los colores, y otros elementos formales que componen los carteles. La gran falencia de este trabajo es que la autora relega a un segundo plano el contexto histórico donde los carteles son producidos. Como aspecto positivo destacan algunas teorizaciones que realiza sobre el poder de las imágenes y la violencia simbólica que ejercen las representaciones.

Fuentes y metodología:

Para el estudio propuesto se utilizara un corpus documental conformado por carteles provenientes de dos archivos virtuales de libre acceso a través de internet, el Archivo General de la Guerra Civil¹⁴ y el de la Universidad de Barcelona.¹⁵ Por otro lado, el Archivo General de la Guerra Civil ha editado una versión digital del archivo en formato de CD.

El Archivo General de la Guerra Civil Española, resguarda la mayor colección de carteles editados e impresos durante el periodo de la Guerra Civil (1936 – 1939), así como del periodo inmediatamente anterior y del posterior régimen franquista. La colección consta de un total de 2280 piezas, el corpus inicial fue el resultado de las incautaciones que

¹³CABRAL MARTIN, Dolores. *La guerra española en imágenes: Una lectura simbólica del lenguaje propagandístico de los carteles de la Guerra Civil española*. Tesis Doctoral. Universidad de Sevilla. España, 2015.

¹⁴ <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/archivos/mc/archivos/cdmh/portada.html>

¹⁵ <http://mdc.cbuc.cat/cdm/search/collection/pavellorepu>

llevaron a cabo los organismos represores del franquismo, el cual fue clasificado en dos secciones, los carteles Político-Social y los Especiales. El resto se fue incorporando desde la fundación del Archivo en 1979.

El Archivo de la Universidad de Barcelona está conformado por múltiples colecciones que se extienden temporalmente por todo el siglo XX, dicha colección está integrada por más de 10000 unidades documentales, aunque el fondo digital consta de 3000 carteles digitalizados. Para la temática de este estudio resultan relevantes dos de las colecciones del archivo. Por un lado, el acervo propio de la Universidad, integrado por los carteles de la "Biblioteca Pavello de la República", esta colección cuenta con un total de 976 piezas. Por otro lado, este archivo cuenta con los carteles de la Biblioteca de Cataluña, compuesto de 286 piezas gráficas.

De manera general, los carteles representan diferentes temáticas, enfatizan en la actividad militar, las consignas de guerra, la disciplina, la economía de guerra, el trabajo en la retaguardia, la agricultura y el antifascismo. La mayoría de estos carteles y afiches fueron impresos en Madrid, Valencia y Barcelona, pero hubo otros centros importantes, como Bilbao, Gijón, y Asturias. Sus editores también fueron variados, destacan, por un lado, los órganos ministeriales, como el Ministerio de Instrucción Pública y el Ministerio de Propaganda, por otro lado, los sindicatos y los partidos políticos como la CNT, AIT, UGT, PCE, entre otros.

El corpus documental que será fuente de este estudio, consta de un total de 135 carteles seleccionados de ambos reservorios, donde solo se incluyen piezas del sector republicano. El criterio de selección fue la presencia de los actores objeto de análisis, es decir, el campesino, el obrero y el miliciano, y aquellos que estaban dirigidos a los mismo, también fueron seleccionados aquellos que tenían como tópico el trabajo en la retaguardia, la reforma agraria y hacían alusión a la unidad. La selección de carteles no discrimina entre las distintas fuerzas políticas que conformaron los sucesivos gobiernos republicanos, aunque, estos ponen de manifiesto, los diferentes objetivos que tendrán los comunistas, es decir, ganar la guerra y después pensar en la revolución; y los anarquistas, quienes piensan que ha llegado el momento de la revolución.

Estos carteles constituyen un conjunto excepcional para el estudio de la propaganda durante la guerra. El análisis de la gráfica se hará a través de la aplicación de método

iconográfico de Erwin Panofsky¹⁶, el mismo nos permitirá el estudio de los carteles en tres instancias, a partir de las cuales, encontraremos diferentes contenidos y temáticas estructurados en diferentes niveles de significación, hasta alcanzar el significado intrínseco de nuestras imágenes, el que, constituye el mundo de los valores simbólicos. A partir de dicho estudio, veremos cómo la gráfica republicana, a través de representaciones y de lo simbólico, construye un discurso de unidad en la lucha antifascista.

Marco teórico conceptual:

Esta investigación puede encuadrarse dentro de la Historia Socio Cultural, más precisamente en la historia de las mentalidades o de los utillajes mentales. La Nueva historia cultural se origina como consecuencia de la crisis de la historia, y se caracteriza, entre otras cosas, por un evidente desplazamiento del eje de interés hacia la historia cultural.

Entendemos por cultura a las diversas formas de percibir e imaginar el mundo, al decir de Raymod Williams, como “mediación de la sociedad”¹⁷. A estas mediaciones se le han asignado múltiples denominaciones, Roger Chartier propone el concepto de *Representación*. “Se trata de esquemas intelectuales incorporados, que engendran las figuras gracias a las cuales el presente puede tomar sentido, el otro ser inteligible, el espacio recibir su desciframiento. Las representaciones del mundo social construidas de este modo, aun cuando pretendan la universalidad de un diagnóstico fundado en la razón, se sustentan siempre en los intereses del grupo que las forja”¹⁸. En nuestro estudio, veremos como la representación de los diferentes actores sociales estudiados, como el campesino y el trabajador, no son construidas por él actor en sí mismo, sino que la producen los republicanos, a partir de estereotipos, con el objetivo lograr la identificación de estos con el bando republicano.

Por otro lado, para buscar las diferentes tradiciones simbólicas que conforman las representaciones manifiestas en la gráfica republicana, así como para señalar rupturas y

¹⁶ PANOFSKY, Erwin. *Estudios sobre iconología*. Madrid. Alianza Universal, 1984.

¹⁷ WILLIAMS, Raymond. *Marxismo y literatura*. Las cuarenta. Buenos Aires, 2009.

¹⁸ CHARTIER, Roger. La historia cultural redefinida. En. *Punto de vista*. Buenos Aires, año 13, n° 39, 1990, pp 43-48.

continuidades de los significantes simbólicos con otros casos históricos, como por ejemplo la gráfica de la Unión Soviética, utilizaremos los conceptos de Raymond Williams de “tradición selectiva”¹⁹, de Eric Hobsbawm de “tradición inventada”²⁰, y el concepto de “apropiación” de Roger Chartier²¹. En el concepto de tradición selectiva de Williams, la selección, dentro de una hegemonía particular, presenta a la tradición como el “pasado significativo”, es decir, una versión del pasado que responde a los intereses de una clase o grupo específico. Pesar que estas selecciones, y las construcciones de sentido que producen las representaciones, responden a los intereses de determinados grupos, como puede ser el bando republicano, nos permitirán entender la importancia que adquiere la propaganda en la difusión de estos significantes simbólicos e imágenes.

Las imágenes gráficas, que utilizamos como fuente de investigación, pueden situarse a medio camino entre la propaganda y el arte, lo que puede considerarse una dificultad para nuestro análisis. Por tanto, es necesario problematizar la noción de propaganda y ponerla en dialogo con el concepto de arte, para eso haremos propio el planteo de Toby Clark, quien habla del “arte de la propaganda”²², para superar la tensión entre ambos términos. El arte de la propaganda no es un concepto, es un modo de entender las implicancias políticas de la propaganda y el compromiso político y social de los artistas, sin que esto signifique la subordinación de la calidad estética al mensaje.

Hay un hecho de nuestra investigación que no podemos perder de vista, que está se sitúa en un contexto bélico. En dicho contexto, la propaganda fue utilizada también como un arma de lucha entre los dos bandos, y como medio para construir una otredad negativa a vencer, para estudiar estos roles que se le asignó a la propagada utilizaremos dos conceptos. El primero, es el concepto de “lucha de representaciones”²³ nuevamente de Roger Chartier, este nos permitirá entender que las imágenes que los grupos dan de sí mismos, entran en conflicto, con las que les son impuestas por sus rivales. El segundo, es el

¹⁹ WILLIAMS, Raymond. *Marxismo y literatura*. Las cuarenta. Buenos Aires, pp. 153-154, 2009.

²⁰ HOBSBAWM, Eric y Terence RANGER. *La invención de la tradición*. Crítica. Buenos Aires, 2012.

²¹ CHARTIER, Roger. *El mundo como representación: Estudios sobre historia cultural*. Gedisa Editorial. Barcelona. 1992.

²² CLARK, Toby. *Arte y Propaganda en el siglo XX: La imagen política en la era de la cultura de masas*. Akal. S.A. Madrid, 2000.

²³ CHARTIER, Roger. La historia cultural redefinida. En. *Punto de vista*. Buenos Aires, año 13, n° 39, 1990, pp 43-48.

de “violencia simbólica”²⁴ de Pierre Bourdieu, la violencia simbólica es una violencia invisible, la cual esconde las relaciones de fuerza que se ocultan en una relación social. A partir de estos conceptos podemos caracterizar a los mensajes de la propaganda republicana como antifascistas y como una simbología de la resistencia.

La propaganda y el cartel:

Como punto de partida, antes de adentrarnos en el análisis de los sectores sociales, abordaremos una cuestión obvia, definir que entendemos por propaganda y por arte de propaganda, así como realizar una caracterización del uso de la propaganda en un conflicto bélico.

Lo que se pone en juego en la propaganda es la capacidad de persuasión, por lo que la propaganda es un conjunto de métodos basados en la comunicación, la psicología, la sociología, el arte, que tiene por objetivo influir y persuadir a un grupo humano, con la intención de que se adopte la opinión pública de una clase social, adopción que se refleja en la conducta que este grupo llevara a cabo. Este tipo de propaganda, que podemos definir como moderna, surge a partir de la Primera Guerra Mundial. Momento en el cual, los Estados beligerantes comenzaron a invertir recursos materiales y medios para convencer a la opinión pública de la necesidad de la guerra.

En estos conflictos, la propaganda busca que, la población se adapte al ambiente bélico que rompe con lo que la sociedad civil, consideraba normal. Para tal fin, los propagandistas hacen uso de los códigos culturales propios de dicha sociedad, como la tradición y las costumbres nacionales. Por tanto, podemos decir, que, en la propaganda moderna se funden la ideología y la política, lo que nos permite hablar de una disputa ideológica y simbólica.

Tony Clark desarrolla el concepto de arte de propaganda, el autor señala la aparente contradicción de este término, la misma se debe a que se asocia a la propaganda con estrategias de manipulación y engaños, y al arte, con la belleza y la libertad. Este concepto permite entender, que, las técnicas utilizadas para persuadir e influir sobre la opinión pública, en el siglo XX, amalgamaron ideología, arte y política.

²⁴ BOURDIEU, Pierre. *La dominación masculina*. Anagrama, 2000.

Asimismo, con el avance de la tecnología, la propaganda moderna, ampliará sus soportes, incorporando a la imagen (fotografías, caricaturas, carteles, retratos, etc.)

De todo lo dicho anteriormente, se desprende que entendemos a los carteles y afiches que utilizamos en este estudio, como una expresión artística que condensa y conjuga estética e ideología, por tanto, el análisis de la propaganda gráfica republicana nos permite realizar un estudio social y político de la España de la guerra. Gema Rodríguez señala que la guerra civil además de un conflicto armado fue una "guerra de palabras" haciendo alusión a la propaganda y al conflicto en el plano simbólico, en esta misma línea, nos parece pertinente hablar de "guerra de imágenes" para dar mayor amplitud al plano simbólico donde también se desarrolló la guerra entre las dos Españas.

A lo largo del tiempo durante el cual la Guerra Civil Española se prolongo, el cartel compartió protagonismo con el periódico y la radio. En este contexto, tanto el cartel como la radio, tenían ventajas sobre los otros medios de comunicación, ya que, ni la prensa, ni las revistas tenían el alcance que tienen hoy, no había televisión, y el cine no estaba muy extendido, por eso, el cartel era fundamental, ya que se podía instalar en múltiples soportes, y además, tenía una característica que lo hacía único, el color. Por tanto, el cartel habría de adquirir una utilidad como medio para transmitir información que sería utilizado por ambos bandos en conflicto. La técnica del cartel se orientó hacia su máxima capacidad de atracción y síntesis conceptual, ejerciendo su acción a través de tres medios evocación, demostración y sugestión. Es decir, intenta penetrar en el inconsciente del espectador a través de una serie de consignas simples y directas.

La imagen del campesino:

Antes de abordar la construcción simbólica del campesino, me parece pertinente, realizar una breve descripción de la estructura productiva de la España de principios del siglo XX, así como también, de su estructura social, para poner de manifiesto la importancia que tenía la figura del campesino.

La España del despertar del siglo XX, estaba anclada en un modelo rentista, España era un país semifeudal, y anacrónico, que había rechazado las ideas liberales de la Revolución de 1789. La economía, era sostenida por algunas zonas agrarias precapitalistas, como

Castilla y Extremadura. Su perfil pastoril, chocaba con el mundo de las transformaciones del capitalismo. La mayoría de la población, habitaba zonas rurales, en aquellas, la sociedad estaba dividida entre unos pocos terratenientes acaudalados y miles de campesinos miserables, no existían las clases medias, ni había lugar para la movilidad social. Esta descripción, nos da una idea de la importancia que tenía el campesino en la sociedad española del periodo, y nos permite entender la relevancia que tenía para ambos bandos, lograr el apoyo de este sector de la sociedad.

La del campesino es una de las imágenes que mas aparece en los carteles de propaganda estudiados, esta imagen se construye a partir de diferentes elementos que componen su indumentaria, así como también, las herramientas que le son propias, y las acciones y roles que debió desempeñar en el contexto de guerra civil.

El campesino, en los carteles, aparece siempre con la misma vestimenta, la cual nos permite identificarlo como tal, el atuendo del campesino se conforma de un sombrero, de una camisa, a veces incluye un pañuelo en el cuello, mayoritariamente aparece descalzo, pero otras veces lleva sandalias. (Carteles N° 1 y 4) Hay dos herramientas manuales que se asocian con la figura del campesino, la azada y la hoz, ambas se identifican con dos tareas del mundo rural diferentes, la siembra y la cosecha (Carteles N° 2 y 11). Por otro lado, muchas veces utiliza herramientas de mayor tamaño, que, requieren de animales de tiro para su ejecución y (C. N° 18) otras veces lo encontramos utilizando herramientas tecnológicamente más avanzadas, como el tractor (C. N° 27). Por último, en ocasiones la imagen del campesino es sintetizada con la presencia de su brazo o la mano, y una de las herramientas ya mencionadas, o de acciones propias de la labor rural, como podemos observar en los carteles N° 3 y 16.

Asimismo, merece ser descripto, cómo se representa el campo, la tierra donde nuestro campesino trabaja. En muchos carteles, el campo es el protagonista principal y no el campesino, ocupando gran parte del total del cartel, esto es logrado por los cartelistas levantando la línea de horizonte (C. N ° 13). Por otro lado, hemos identificado que los cartelistas plasman también en la figura del campo dos momentos del mundo rural, el de la siembra y la cosecha, esto lo hacen, a partir, de los colores que le asignan. Por un lado, tenemos campos en tonos rojizos que evocan la tierra que va a ser sembrada, y por otro, campos amarillos para el periodo de cosecha, el color amarillo alude a un campo de trigo.

Por ahora, nos hemos avocado a una descripción pre figurativa de los contenidos de nuestros carteles, si avanzamos un nivel mas de análisis, iremos encontrando los mensajes que se enviaban al campesino y los roles que se le asignan en el contexto de guerra.

A lo largo, de la selección de carteles, en los cuales el campesino es la figura central o los afiches están dirigidos hacia los hombres del mundo rural, nos encontramos con una reiteración de consignas y slogans simples, que, usó el bando republicano para lograr el apoyo de los campesinos. Uno de los mensajes mas reiterados hace hincapié en el hecho, de que, fue la revolución la que les dio la tierra a los campesinos (Ca. N° 14), ese mensaje suele aparecer acompañado de otra consigna, la cual, indica que las fuerzas republicanas eran las que protegían la tierra, y las cosechas (C. N° 15).

Por otro lado, vemos aparecer la idea de progreso; esta idea se asocia al bando republicano a través de la modernización técnica. Aquí, encontramos una serie de carteles que funcionan en dos planos, cada uno de estos representan al pasado y al presente, la imagen del pasado nos muestra al campesino desarrollando sus labores con herramientas manuales que requieren de gran esfuerzo físico. En cambio, en la imagen del presente, surge la modernización técnica representada en la figura del tractor. Los cartelistas ligaron estas dos temporalidades a los bandos en pugna, asociaron al bando nacionalista con el pasado y a la república con el presente, por otro lado, el pasado también representa opresión, y en cambio el presente la libertad, la libertad se identifica con la posibilidad de poseer la tierra.

Por último, una serie de consignas identifica a la república como el pueblo, por tanto, es el pueblo el que libera al campesino de la opresión del pasado. Esto se ve claro, en dos carteles de uno de los mas celebres cartelistas, Arturo Ballester, ambos carteles son iguales, solo cambia la consigna que aparece en ellos. El cartel presenta a un campesino en el centro con sus ropas típicas, con los brazos abiertos, de sus muñecas, se desprenden cadenas rotas, las cadenas simbolizan ligazón, son el zumbido de dolor que sujeta al campesino con el trabajo y la opresión, el hecho de que estén rotas, simboliza la libertad. Las consignas de este cartel son: "Trabaja para el pueblo que te ha liberado" y "*Campesino, rotas tus cadenas no consientas te opriman otros tiranos*" ambas ponen de manifiesto el contenido intrínseco que representa la imagen.

Por otro lado, podemos identificar los roles que se le asignaron al habitante del mundo rural, estos pueden ser sintetizados en tres:

1) Como productor agrícola (labor tradicional): los carteles que asocian al campesino con su labor tradicional suelen pedirle al campesino una cuota extra de esfuerzo (C. N° 2 y 3) y de disciplina (C. N° 11), y suelen condenar la vagancia, asociándola con lo faccioso (N° 12). La producción se destina tanto a la retaguardia como a la vanguardia, en forma de pan, este es el elemento que sostiene la lucha y a la resistencia (C. N° 16, 18, 21).

2) Trabajo en la retaguardia: las labores que se le piden realizar al campesino en la retaguardia tiene que ver con la fortificación, esta es una labor compartida con otros sectores relacionados con la clase trabajadora y los voluntarios. Los carteles que ilustran esta labor, se encuentran en el anexo de carteles sobre el obrero y el trabajador, la presencia de los campesinos en ellos se identifica a partir de su vestimenta típica, antes descripta y de las herramientas que emplean.

3) Como miliciano en el frente de batalla (Carteles N° 5, 9, 20, 33, 35): la última acción que solicita el bando republicano de los campesinos, a través de la propaganda, es la de tomar las armas. El hecho de que se le asigne este rol al campesino muchas no veces no significa que deba descuidar su labor tradicional, esto se ve claro en el cartel "lucha y labora" (C. N° 20). El alistamiento y la instrucción militar se justifican en la necesidad de defensa de la tierra y del gobierno que se la dio.

Por último, señale el valor simbólico que tiene una figura que aparece reiteradamente en estos carteles, que es, la espiga de trigo. La espiga es el emblema de la fecundidad y atributo solar; simboliza la idea de germinación y crecimiento, de desarrollo de posibilidades, esta simbología agrega otra temporalidad a los mensajes plasmados en los carteles, el futuro, un futuro libre de opresión, donde el campesino poseerá la tierra y será libre, futuro que solo se hará real si se alcanza la victoria en la guerra, para la cual, el campesino debe colaborar.

La imagen del obrero/trabajador:

En los inicios del siglo XX, el sector industrial español tenía un escaso desarrollo y autonomía, se localizaba básicamente en Cataluña, en algunas ciudades portuarias y en las

provincias vascas. Pocas ciudades, mostraban una estructura social que se comparé con la Europa desarrollada, como fue el caso Barcelona, donde aparece, aunque de manera incipiente, una clase trabajadora industrial.

En estas ciudades, donde existe la figura del trabajador industrial, la propaganda buscará que esté se comprometa con la causa revolucionaria. Los trabajadores de las fábricas, por su condición de proletarios, y por los influjos de las ideas propias de su condición, hacían que estos simpaticen con los sectores republicanos, por lo que la propaganda dirigida a este sector no busca convencer, sino que se orienta asignar funciones y roles que el obrero debe cumplir para ganar la guerra.

En este apartado, además, de analizar la representación del obrero industrial también abordaremos la de los trabadores y voluntarios que colaboraron con la causa revolucionara, estos, provenían de los diferentes oficios que existían en las ciudades. Hay que señalar, que, las actividades desarrolladas por lo voluntarios, son situacionales, es decir, surgen de las necesidades del conflicto. Estos trabajadores son siempre hombres, aparecen de camisa y siempre arremangados, y la herramienta que los caracteriza es el pico, debido a que la labor de fortificar consistía en cavar las trincheras. En algunas ocasiones, al igual que la imagen del campesino, el voluntario es sintetizaba en su brazo y la herramienta (Carteles N° 38 y 42), lo mismo ocurre con los obreros de las fabricas (Carteles N° 46 y 47)

La imagen del obrero de las fábricas nos lo muestra de manera corpulenta, fuerte, con el torso desnudo, siempre lo veremos portando un martillo, herramienta emparejada con un yunque de hierro. En ocasiones, la imagen del obrero, es acompañada por un engrane, símbolo de la mecanización y del desarrollo industrial.

Dos de los carteles analizados nos muestran al obrero sujetando una antorcha, esta se identifica con el sol y constituye el símbolo de la purificación por la iluminación. Es el arma de uso Hércules en su combate con la hidra de Lerna, los carteles trazan un paralelismo entre Hércules y los obreros, y la hidra con el fascismo. Por otro lado, la antorcha no solo ilumina en estos carteles por el fuego, sino que, también, lo hace por el conocimiento, ya que en ambos carteles además de la antorcha aparece un libro (C. N° 53) y una diario revolucionario, (C. N° 54) lo que indica que el conocimiento y la instrucción son importantes para alcanzar la victoria.

La propaganda, solicitará del obrero también el sacrificio del esfuerzo extra, esto lo vemos en dos carteles (Carteles N° 55 y 56), ambos hacen alusión al tiempo que deben destinar al trabajo, el primero nos dice *"24 hs son pocas"*, asimismo se pide que no discutan la duración de dicha jornada, ya que es una exigencia de la guerra. El sacrificio que debe realizar el trabajador también aparece en el cartel *"Comarada! Trabaja mas y mejor"* de Henry (C. N° 58), en el cual se ve a un obrero, al que identificamos por el martillo, al borde de un barranco con los ojos vendados, es frenado por una mano roja, sus ojos vendados se identifican con el egoísmo y las consecuencias negativas que eso puede traer a la revolución. Por otro lado, otra de las acciones a las que es llamado el obrero es al alistamiento militar (C. N° 57), para conformar las diferentes milicias.

Un último cartel sobre los trabajadores, *"Trabajadores! El fascismo es la explotación y la esclavitud"* de Bardasano (C. N° 60), el cual muestra a un trabajador desnudo atado a una esvástica nazi, deja en evidencia como estos carteles funcionan por oposición, éste, asocia la esclavitud y la explotación con el fascismo con el objetivo de lograr el apoyo de los trabajados.

La imagen del miliciano y del soldado del Ejército Popular de la República:

Ejército Popular fue la denominación que tomó la fuerza armada de la Segunda República tras la reorganización emprendida por las autoridades, que implicó la disolución de las milicias de voluntarios y su fusión con las unidades y cuadros militares que habían permanecido leales a la república en el momento del alzamiento. La organización del ejército se basó en al principio de su creación en las brigadas mixtas, estas se componían de cuatro batallones, y cada uno de estos de varias compañías. Dependiendo las avatares de la guerra las brigadas se organizaron en regimiento, divisiones, cuerpos de ejército y ejércitos de campo.

Debido a la heterogeneidad de la conformación de las milicias y del mismo ejército las representaciones que nos dan los carteles suelen variar, así y todo hay algunos elementos y rasgos comunes que, no permiten trazar una división entre milicianos y brigadistas o soldados de ejércitos de campo. Los milicianos son representados a partir de su uniforme, o al decir de George Orwell, de su "multiforme", el escritor señala que la ropa de los

milicianos respondía a un plan general, pero que igual, nunca nadie estaba vestido igual a otro. Orwell enumera los elementos del multiforme: pantalón de pana, botas, chaqueta de cremallera, gorra adornada por una insignia partidista y pañuelo rojo o rojo y negro. Todos estos elementos aparecen en las representaciones de los milicianos (Carteles N° 63, 67, 74, 75, 76, 80, y 87), a los que se suma el fusil y la cartuchera para las balas. Las representaciones de los soldados de línea los muestran más homogéneos, con uniforme, casco, botas, cartuchera, fusil con bayoneta, a veces explosivos, siempre aparecen con expresión de lucha, las siluetas de los soldados los muestran atacando o en posturas desafiantes (Carteles N° 64, 88, 91).

Los carteles que utilizan la figura del miliciano perseguirán diferentes fines, algunos buscaran persuadir a la sociedad civil de alistarse en las milicias y sumarse al ejercito popular, como lo muestran los impactantes carteles de Goñi, "*¡Tú?, que fas per la victoria*"(C. N° 72) y de Huertas, "*Y tú ¿qué has hecho por la victoria?*" (C. N° 74). Varios carteles son recordatorios y aniversario de hechos significativos del conflicto, en los mismos se conmemora siempre la imagen del miliciano o del soldado que ha resistido al fascismo. (Carteles N° 62, 63, 67, 71, 76)

Una serie de carteles apunta a la disciplina militar, como lo muestran los carteles "*Soldado: No des lugar a esto! peligran tu casa y tu vida*" de Penagos (C. N° 85), y el cartel N° 92, "*No olvide que estamos en guerra!*" de Federico Lloveras, el primero de estos cartelistas nos muestra a un miliciano bajo los efectos del alcohol y señala las consecuencias negativas que eso puede traer, el segundo, es un llamado de atención a un soldado que se está durmiendo. También nos encontramos con un número destacado de carteles que hacen referencia a los cuerpos de los soldados. No es una característica propia de estos la musculatura física como lo es en los obreros, pero sí está presente en la representación de los soldados una cultura física (Carteles N° 83 y 86). Está cultura, podemos observarla en el cartel, "*Con el ejercicio físico lucharéis sin esfuerzo*" de Morel, el cartel tiene un fondo naranja, en el aparece una figura blanca atlética, y delante un soldado que avanza hacia el frente, la figura es una apropiación de la escultura griega, es el discóbolo de Mirón, el cartel busca entablar una relación directa entre la cultura de la exaltación de los cuerpos masculinos propia de los griegos y el soldado. Otro aspecto

importante que, aparece en varios carteles, vinculado a los cuerpos es la cuestión de la higiene (Cartel N° 95)

Pero la principal función que los carteles le señalan a los soldados y milicianos es la de hacer la guerra. El mensaje, que se plasma, mayoritariamente en estos carteles es el de resistencia. Tomemos como ejemplo el cartel de Melendreras "*¡Resistid!. Si hay resistencia habrá material para atacar*" (C. N° 69) el cartel muestra una pared, de tras de ella a un soldado y en su sombra aparece una industria bélica, del otro lado de la pared aparecen aviones, tanques y cañones, es decir, el cartel escenifica la resistencia de los soldados ante una ofensiva nazi, identificamos como nazi a los atacantes debido a la esvástica que aparece en los aviones. El cartel nos muestra que la resistencia es necesaria para poder producir armamento para la contraofensiva.

Relacionado a la acción de la guerra hay varios carteles que simbolizan el camino hacia la victoria, esta aparece simbolizada en la corona de laureles (Cartel N° 70) uno de los elementos propios de Niké, la diosa de la victoria, la diosa misma se materializa en otros dos carteles y guía a los soldados, la reconocemos a partir de signos distintivos, una corona en la mano (Cartel N° 88) y una pequeña espada (Cartel N° 84).

Por último, analizaremos un cartel de Bardasano "*¡Fuera el invasor! 18 de julio 1936-1937*" (Cartel N° 73), debido a que resulta de especial interés a la hora de ver como la propaganda busca ganarse el apoyo popular. El cartel funciona en dos plano, en el fondo de color gris, encontramos a la silueta de un soldado que avanza hacia el frente con su bayoneta. En el plano principal, de colores, aparece un torero que también avanza hacia el frente con su capote y un estoque. La asimilación de la figura del soldado con la del torero, demuestra la importancia que, esté último, tenía en la sociedad española de la época. Durante el conflicto, ambos bandos quisieron demostrar que los toreros estaban con ellos, en tano que los toros eran el espectáculo de masas más importante de España, antes de la aparición del fútbol. Las fiestas de tauromaquia eran en sí mismas un arma de propaganda.

El madroño y el ¡No pasarán!:

La figura del madroño y del oso constituyen el símbolo de la ciudad de Madrid, ya que forman parte de su escudo, dicha imagen no escapo a los cartelistas que la utilizaron en

varias de sus obras de arte (Carteles N° 96, 97, 98, 99, 100), a partir de estas, el madroño cobra un nuevo significado.

En uno de estos carteles, *"La salvación de Madrid y de España está en el Frente Popular. ¡Hay de aquel que trate de cortar una sola raíz del madroño!"* (C. N° 96) de un anónimo español, se representa la lucha y la resistencia de la ciudad de Madrid durante los años de la guerra. En las raíces del madroño vemos las siglas de las diferentes organizaciones partidarias y sindicales que formaban parte o apoyaban al Frente Popular, el cual, constituye el tronco de dicho árbol, y en la copa su fruta, fruto que simboliza: un futuro de igualdad social, la liberación de la opresión, y la libertad. El oso representa la juventud, la fuerza, la resistencia, y la garra de quienes defendieron la ciudad capital, el escudo de la ciudad de Madrid en aquellos años de lucha contra el fascismo significo ¡No pasarán!

Conclusiones:

Luego del análisis de las representaciones y valores simbólicos de las imágenes plasmadas en los carteles y afiches podemos concluir que lo que hemos denominado estética antifascista se caracteriza principalmente por una imbricación entre estética e ideología. Esta estética funciona por oposición, es decir, suele contener un mensaje dirigido a un "enemigo único", esto siempre está presente en los carteles estudiados, incluso en aquellos que están dirigidos a los sectores sociales que apoyan y forman parte del bando republicano. Este enemigo único, el fascismo, aparece de diferentes maneras, enunciado en las consignas de los carteles (C. N° 36), representado como un "monstruo" o serpiente (Carteles N° 102, 103, 104), o como cuerpo ausente (Cartel N° 22: *"Julio 1936 ¡No pasarán! Julio 1937 ¡Pasaremos!"*), por eso, esta estética antifascista es una estética de resistencia.

Esta estética también implica otras estrategias de persuasión, como la reiteración de una idea y variación de ideas secundarias, la utilización de mitos y prejuicios tradicionales, la unanimidad y el contagio.

Podemos definir a estas estrategias como reglas:

- Regla exageración o desfiguración: la elección y desfiguración de enemigo fascista;
- Regla de orquestación: reiteración de los temas , y creación de estereotipos,

- Regla de apropiación: uso de códigos culturales masivos
- Regla de unanimidad: instauración de colectivos simbólicos, como pueblo.

Bibliografía:

- ADAM, Peter. *El arte del Tercer Reich*. Tusquets. Barcelona, 1992.
- BARNICOAT, Joah. *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 2000.
- BONNET, Victoria. *Iconography of Power, Soviet Political under Lenin and Stalin*. University of California Press. Los Ángeles, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. *La dominación masculina*. Anagrama, 2000.
- BURKE, Peter. La Nueva Historia Socio-Cultural. En: *Historia Social*, nº 17, otoño, 1993 pp. 105-114.
- CABRAL MARTIN, Dolores. *La guerra española en imágenes: Una lectura simbólica del lenguaje propagandístico de los carteles de la Guerra Civil española*. Tesis Doctoral. Universidad de Sevilla. España, 2015.
- CALERO SEVILLANO, Francisco. “La propaganda y la construcción de la cultura de guerra en España durante la Guerra civil”. En: *Studia historia. Historia Contemporánea*. Ediciones de la Universidad de Salamanca. Salamanca, Vol. 32, 2014, pp.225-237.
- CHARTIER, Roger. La historia cultural redefinida. En: *Punto de vista*. Buenos Aires, año 13, nº 39, 1990, pp 43-48.
- CHARTIER, Roger. El mundo como representación: Estudios sobre historia cultural. Gedisa Editorial. Barcelona. 1992.
- CLARK, Toby. *Arte y propaganda en el siglo XX: La imagen política en la era de la cultura de masas*. Akal. S.A. Madrid, 2000.
- COBB, Christopher. “El Agit-Prop cultural en la Guerra Civil”. En: *Studia histórica. Historia contemporánea*. Ediciones Universidad de Salamanca. Salamanca, Vol. X-XI, 1992-93, pp. 237-249.
- COMAS NAVARRO, Rocío. “Las colectividades agrarias en los folletos anarquistas de la Guerra civil española”. En: *Hispania Nova*. Universidad Nacional de Salamanca, Nº 1, 1998.
- DOMENACH, Jean-Marie. *La propaganda política*. Eudeba. Buenos Aires, 1993.
- FERRE, Facundo Tomas. “Guerra Civil española y carteles de propaganda: El arte y las masas”. En: *Olivar: revista de literatura y cultura españolas*. Universidad Nacional de la Plata, Nº 8, 2006, 73-85.
- GALLEGO FRANCESC, Andreu y LAGUNA PLATERO, Antonio. “Agit-Prop comunista en la Guerra Civil: Entre el Frente Popular y el Partido Único Obrero”. En: *Historia Contemporánea*. Universidad del País Vasco. Nº 49, 2014, pp.675-706.

- GENE, Marcela. *Un mundo feliz: imágenes de los trabajadores en el primer peronismo (1946-1955)*. Fondo de Cultura Económica. Universidad de San Andrés. Buenos Aires, 2008.
- HERF, Jeffrey. *El enemigo judío: La propaganda nazi durante la Segunda Guerra Mundial y el Holocausto*. Debate. Buenos Aires, 2008.
- HOBBSAWM, Eric y Terence RANGER. *La invención de la tradición*. Critica. Buenos Aires, 2012.
- IGLESIAS RODRÍGUEZ, Gema. *La propaganda política durante la Guerra Civil Española: La España Republicana*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid. España, 2002
- LYNN, Hunt. *Política, cultura y clase durante la Revolución Francesa*. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, 2008.
- MALEFAKIS, Edward. *Reforma agraria y revolución campesina en la España del siglo XX*. Ariel. Barcelona, 1971.
- MUCHNIK, Daniel. *Gallo rojo, gallo negro. Los intereses en juego en la Guerra Civil española*. Grupo Norma. Buenos Aires, 2007.
- MOSSE, George. *La nacionalización de las masas: simbolismo político y movimiento de masas en Alemania desde las Guerras Napoleónicas al Tercer Reich*. Siglo XXI editores. Buenos Aires, 2007.
- ORWELL, George. *Homenaje a Cataluña*. El país. Madrid, 2012.
- PANOFSKY, Erwin. *Estudios sobre iconología*. Madrid. Alianza Universal, 1984.
- PULPILLO LEIVA, Carlos. “La configuración de la propaganda en la España nacionalista (1936-1941)”. En: *La Albolafia: Revista de Humanidades y Cultura*. Ediciones Instituto de Humanidades. España, N° 1, 2014, pp. 115-136.
- SABORIDO, Jorge. *La España de los años 30*. Editorial Biblos. Buenos Aires, 1993.
- WILLIAMS, Raymond. *Marxismo y literatura*. Las cuarenta. Buenos Aires, 2009.