

■ Visión Iconográfica de la Guerra Civil en Málaga: El Cartel.¹

Iván Salado Alcalde

La intención del gobierno de Francisco Franco de fomentar una favorable imagen del régimen entre los ciudadanos llevó a su servicio de propaganda a la multiplicación sistemática y la manipulación de iconos y de símbolos. Tales intenciones fueron llevadas a cabo por medio de la crítica inmisericorde del enemigo ideológico, señalado insistentemente como uno de los factores desencadenantes de la grave situación política, económica y espiritual vivida en España y, por ende, como "culpable" de la Guerra Civil. El presente trabajo atiende, además, a la articulación y al análisis iconográfico de uno de los mass media más representativos, como es el cartel político en el ámbito local.

Intentions of Francisco Franco's Government for promoting a favorable image between citizens, leads his propaganda service to a systematic multiplication and manipulation of symbols and icons. This fact was carried out by a merciless criticism to the ideological enemy, who was marked as one of the factors of the serious spiritual, economical and political situation that was lived in Spain. This article studies also the iconographical analysis and articulation of one of the most representative mass media, such as political poster in the local space.

El desarrollo artístico-cultural de aquellos agitados días de la Guerra Civil va a tener como principal característica lo efímero y lo temporal, por cuanto nace con el conflicto, continúa en la posguerra y se diluye poco a poco hasta desaparecer en la década de los 50. De ahí que prevalezcan todos aquellos medios que permitan la difusión de la ideología nacional-católica y de los principales tópicos iconográficos del franquismo, como puedan ser: carteles, banderas, pancartas, hojas para el frente, periódicos-murales, o decoraciones para mítines². A todo lo cual nosotros aportamos la cartelística difundida en el ámbito malagueño y conservada en los archivos públicos de esta ciudad a través de un estudio iconográfico; sin olvidar las ilustraciones de revistas, las imágenes satíricas de la prensa del momento, y la fotografía, cuya trascendencia insta a considerarla objeto de estudio en un próximo artículo.

SALADO ALCALDE, Iván: "Visión iconográfica de la Guerra Civil en Málaga: El Cartel", en *Boletín de Arte* nº 25, Universidad de Málaga, 2004, págs. 613-650.

En el inicio de una nueva etapa en la vida política, social y cultural de un país, fruto de una ruptura violenta y forzosa que había derrocado y se había impuesto al sistema anterior, se hacía necesario controlar la situación para perpetuar su reciente y frágil legado. Semejante control se produce con motivo de una búsqueda por reforzar una ansiada posición que le facilite su consolidación y posterior continuidad en el poder. Para ello, se utiliza todo un sinfín de medios en favor de una producción, casi se podría decir en cadena, que favorece la multiplicación de imágenes y la manipulación consiguiente de multitud de símbolos. De esta manera, una vez elaborado todo ese arsenal de iconos visuales, el siguiente paso es el de su puesta en común, cuidándose hasta el último detalle, para su futura ordenación y presentación a la sociedad¹. Por supuesto, y debido a las características de las imágenes, las masas se hallan sujetas a su radio de acción persuasivo, lo cual es lo que se persigue, por otro lado, en aquéllas para una asimilación clara de la existencia de un promotor, "constructor", si quiere decirse así, o cabeza pensante que ha posibilitado (o impuesto) una nueva forma de vida. Además, para más señas, se sitúa en la cúspide de una pirámide jerarquizada, aunque podría indicarse que detrás de esa presunta cabeza pensante, siempre estaría un equipo formado por varios especialistas en las correspondientes materias relacionadas con la propagación de la ideología dominante. Sin embargo, la falacia se justifica y entra en consonancia con la manera de actuar un régimen autoritario, centralizado siempre en una misma persona: el líder carismático.

Tal es el contexto dentro del cual se impone el análisis y estudio de los carteles, a través de la descripción de los elementos iconográficos más característicos que formarían parte de la composición de las imágenes, junto a sus inseparables textos.

IMAGEN Y TEXTO

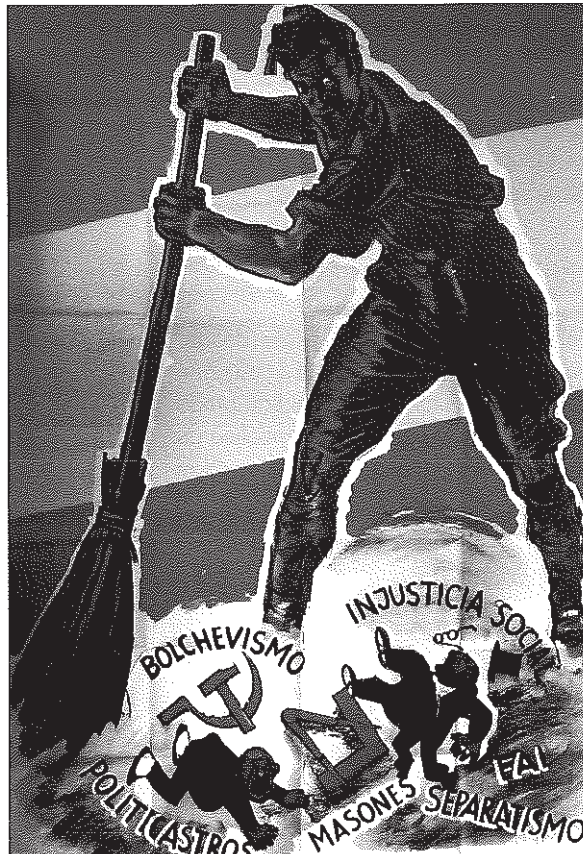
En un cartel cuya figura destacada es la de un gran soldado nacional con escoba en manos, la acción que se nos representa no es otra que la de una "limpieza" contundente para acabar con las lacras que, a juicio de la ideología franquista, asolaban al país (Fig. 1). Tales "problemas" no podían ser otros que los "masones", el "bolchevismo", el "sindicalismo", los grupos anarquistas como la "FAI", la "injusticia social" y los "políticastros", un modo despectivo hacia el ejercicio de la política en

¹ Agradezco al profesor del Departamento de Historia del Arte, Dr. Juan Antonio Sánchez López, su importante labor orientadora en la elaboración del presente trabajo de investigación, punto de partida de nuestra futura Tesis Doctoral. Gracias también al Archivo Díaz de Escovar, en la persona de su directora Trinidad García-Herrera, que me ha permitido analizar y reproducir el material gráfico allí conservado.

² GRIMAU, C.: *El Cartel Republicano en la Guerra Civil*, Madrid, Ediciones Cátedra, 1979, pág. 18.

³ BALANDIER, G.: *El poder en escenas*, Barcelona, Ediciones Piados, 1994, págs. 18-19.

1. *Bolchevismo,
Politicastro,
1937, 117'7 x 83 cm.*



general y hacia quienes la practican. Semejante bagaje iconográfico viene acompañado por algunos símbolos como la hoz y el martillo, la escuadra y el compás, amén de dos grotescas figuras que personificarían los problemas y al enemigo. De este modo, la composición del cartel se divide en dos partes claramente diferenciadas, una formada por el soldado que se recorta del plano por un contorno sin color, junto a una gran bandera nacional al fondo y la pequeña parte restante estaría reservada a los presuntos males. Otra cuestión radicaría en una representación guiada por la jerarquización de los personajes, ya que la presencia física del soldado destaca sobremanera del resto por su evidente gigantismo. Además, la situación del soldado sobresale no sólo por el espacio que ocupa, sino por fijar la mirada en el espectador, lo cual nos recordaría a esas imágenes con el índice apuntando al receptor en una intención de clara sugestión. Por otro lado, nos encontramos con un cartel ausente de slogan y en el que sólo observamos un mínimo bagaje verbal para hacer una referencia casi enumerada a los problemas sociales y políticos de la nación. Eso sí, completamente integrados con la imagen, pues aparecen conjuntamente con símbolos y personajes en un revuelto

2. *Jamás*. 1939. 89'9 x 60 cm.

desordenado y sucio a punto de ser barrido del mapa histórico. En conjunto, se puede argumentar que el alto grado de iconicidad permite que el público no tenga problemas para identificar cada uno de los elementos⁴ y captar el mensaje, a pesar de la ausencia de texto.

Con el slogan *Jamás* se presenta el siguiente cartel, en el que aparece de nuevo un soldado franquista, aunque de espaldas al espectador, apuntando su fusil hacia un monstruo rojo, por lo demás equiparado a la representación maligna del enemigo (Fig. 2). En esta ocasión observamos nuevos elementos en la imagen como mujeres y niños, un paisaje al fondo y un monstruo que se vislumbra y emerge del horizonte, (rojo por supuesto), con aire amenazador. Si en el anterior ejemplo, el soldado apelaba al público de manera directa, en este caso se vuelve para hacerle frente al enemigo. Sin duda, la introducción del paisaje con un pequeño pueblo al fondo, otorga al cartel un toque de mayor profundidad a diferencia del anterior. En lo tocante al texto, se vincula perfectamente con la reacción que pretende conseguir la imagen en el público. Se trata de la utilización de un mecanismo de rechazo frente al enemigo que ocasionará en el observador del cartel, un sentimiento negativo hacia él. Es lo que se conoce como *Poison device*, uno de los diferentes tipos de procedimientos verbales, dentro de los que podría incluirse también el del soldado barriendo los males. Sin embargo, ambos carteles se diferencian por el empleo de diferentes tácticas persuasivas por cuanto mientras el primer ejemplo se corresponde al tipo de *sugestión*, *Jamás* se asimila al de *amenaza*⁵. Creemos que puede resultar de esa manera porque la acción de barrer se convierte en un símbolo gráfico de



⁴ ENEL, F: *El Cartel: lenguaje, funciones y retórica*, Valencia, Fernando Torres Editor, 1974, pág. 133.

⁵ *Ibidem*, págs. 120 y 122.

3. Representación pseudoexpresionista de la "bestia" bolchevique, portando sus emblemas característicos (hoz y martillo), avanzando entre llamas y ruínas, frente a dos soldados fascistas italianos dispuestos a combatirle valerosamente



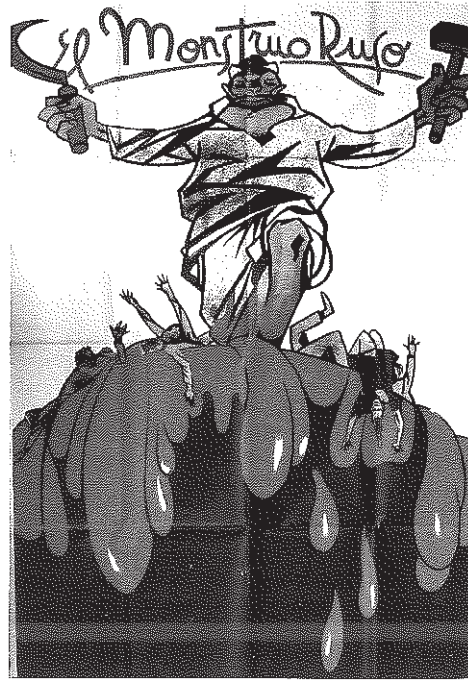
sugestión en la imagen. Mientras que la creación de un clima de miedo, por la presencia de un monstruo, se convierte en algo amenazante e intimidatorio para los individuos. Por último, habría que decir que el autor de *Jamás* parece tomar como modelo una ilustración propagandística del fascismo italiano

(Fig. 3). Así, según se observa en la referida imagen también aparece la imagen del monstruo amenazante, con los símbolos marxistas de la hoz y el martillo. Incluso, se repite ese enfrentamiento entre soldado fascista y el enemigo en cuestión.

Esa fórmula se repite en otro cartel, *El Monstruo Ruso*, el cual va caminando sobre una olla repleta de personas a las que aplasta con su peso, como si de uvas en la prensa se tratara, exprimiendo con ello hasta la última gota de sangre (Fig. 4). Desde un punto de vista formal, el cartel se caracteriza por la utilización de un dibujo grueso, que contornea enérgicamente las siluetas y separa con un trazo negro cada superficie cromática del fondo monocromo. Esto posibilita la construcción de las diversas formas. Además, el uso de ese fondo monocromo ayuda a destacar sobremanera la enorme olla y la representación grotesca, a la par que espectacular, del marxista en contrapicado ante los ojos atónitos del espectador. Por otro lado, este cartel entraría también en ese tipo de procedimiento verbal de mecanismo de rechazo (*Poison device*), a causa de la presentación del enemigo como alguien monstruoso, lo cual provocaría un rechazo inmediato en el receptor. En cuanto a las técnicas persuasivas estamos ante el recurso a la *amenaza*, proclive a la creación de ese mismo clima pavoroso identificado con *Jamás*. Su origen iconográfico, viene a coincidir nuevamente con el ya comentado, al utilizar esquemas parecidos del modelo italiano (Fig. 3). Pero en el caso que nos ocupa, se podría argumentar su mayor fidelidad por cuanto llega a copiar la disposición exacta de la bestia inserta en la ilustración italiana.

Por otra parte, otros dos carteles bélicos repiten el slogan y el motivo iconográfico del soldado. Uno, *Ahora o Nunca* junto al emblema del yugo y las flechas, y otro, *Falange os llama ahora o nunca*, bajo la figura de un militante de falange. En cuanto

4. *El Monstruo Ruso*. 1937.
100'4 x 70 cm.



al primero, se aprecia la imagen poco realista de un soldado nacional, de rasgos geométricos, que sostiene un fusil en sus manos (Fig. 5). A diferencia de los anteriores ejemplos, donde el soldado aparecía barriendo problemas y haciendo frente al enemigo, en esta ocasión encontramos una visión mucho más sobria, en la que esa imagen de soldado captado en plena acción ha sido sustituida por

el estatismo de una figura anónima. Un soldado que se convierte en un arquetipo plenamente despersonalizado, que se sitúa frente al público como queriendo decirle algo. Otra característica que observamos es la desaparición del fondo, así como la de una posible función decorativa de la imagen, como fruto de la economía gráfica empleada. Tal premisa queda patente en los colores, pues sólo se emplean dos: naranja y negro. Asimismo, el texto se acompaña del símbolo del yugo y las flechas, en una ubicación que lo hace integrarse con éste, por cuanto encaja en el mejor lugar posible de la composición. En lo que respecta al cartel de Falange (Fig. 6), completamente diferente en todos los sentidos al anterior comentado, llama poderosamente la atención el protagonismo absoluto concedido a la figura del soldado falangista sobre el fondo de un nuevo amanecer, recreado sintéticamente con los colores de la bandera española, roja y amarilla, brillantemente contrastados con la camisa azul del combatiente. La representación está dominada por la diagonal que se forma a causa del alargamiento casi manierista de los miembros, debido al alzamiento del brazo izquierdo y la máxima apertura de las piernas, provocando una tensión inusitada, debido a la violenta inestabilidad de la posición, por lo demás tremendamente eficaz para imprimir, de extremo a extremo, una direccionalidad visual al cartel. Con fusil en mano, echa la cabeza a un lado y levanta el otro brazo en un gesto para enardecer y guiar a las masas, en una clara reminiscencia del famoso cuadro de *La Libertad*, de Delacroix, aunque eso sí, sólo en la postura del personaje principal, pues se encuentra bastante lejos de su barroquismo. Esta afinidad iconográfica también se da en el cartel llamado *Tchapaief*, realizado por

5. Ahora o nunca. 1939.
77'2 x 54'1 cm.

Renau hacia 1936, o en otras obras gráficas pertenecientes al contexto de la Primera Guerra Mundial⁶.

La profundidad vuelve a ser un elemento de la composición. En este caso, el fondo de torres y almenas cumplen una función precisa en la mente del observador: la de recuerdo de castillo o fortaleza medieval como imagen de puesto de mando, de majestad, de cuartel, de hogar y en definitiva de Imperio⁷.

En cuanto al texto, destaca el hábil juego que se hace en el citado empleo de los colores de las letras y fondo, dada su "casual" coincidencia con los de la bandera de Falange. Por último, habría que reseñar el tipo de procedimiento verbal utilizado, el cual se da compartidamente tanto en el cartel del soldado despersonalizado como en el del falangista. El tipo sería el del mecanismo de adhesión (*Virtue device*), ya que se busca una lucha a favor de unos ideales y admitida por el espectador. Respecto a las técnicas de persuasión, formarían parte de la *Apelación a la imagen de sí mismo* o también llamado *Conativo*⁸, a causa de la llamada de atención al espectador que ambas imágenes realizan directamente bien con la posición frontal y directa del soldado anónimo, bien con el gesto del falangista, acompañados de la función informativa del slogan. Aunque bien es verdad que en el cartel de Falange, la imagen tiene mayor poder de información por sí misma que el del soldado anónimo. Ello se puede ver en la medida en que si eliminamos por un momento el slogan de ambas representaciones, nos percatamos que en la imagen del falangista se adivina



⁶ JULIÁN GONZÁLEZ, I.: *El Cartel Republicano en la Guerra Civil española*, Madrid, Instituto General de Bellas Artes y Archivos, 1993, pág. 75.

⁷ CIRICI, A.: *La estética del franquismo*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1977, pág. 158.

⁸ RAMÍREZ, J. A.: *Medios de masas e Historia del Arte*, Madrid, Cuadernos Arte Cátedra, 1992, pág. 186.

6. *Falange os llama ahora o nunca.*
1939. (Hohenleiter).
82'2 x 63'9 cm.



claramente lo que el cartel quiere transmitir al receptor, mientras en el otro no se expondría exactamente o con nitidez adecuada el contenido a transmitir.

En otro cartel que lleva por slogan *Pelayos* (Fig. 7), la figura del soldado se repite una vez más. Pero en esta ocasión, se trata de las juventudes carlistas, cuya denominación popular sirve al mismo tiempo como título. La representación se limita a la repetición esquemática de unos soldados excesivamente disciplinados, los cuales se alinean firmes y ordenadamente ante el lema (*Dios, Patria y Rey*) y el emblema de su organización militar (cruz de San Andrés) sobre un irreal fondo verde. Nuevamente, encontramos ese carácter anónimo y despersonalizado en el rostro de los soldados, que no son más que el de uno repetido varias veces, síntoma hasta cierto punto de la "despersonalización" o anulación de la individualidad implícita por la adhesión incondicional a unos principios presuntamente inquebrantables e incuestionables. Un rostro envuelto por una misteriosa sombra, la cual se extiende por el lado frontal de todo el cuerpo. Se pierde la noción del tamaño y de la posición, puesto que el tamaño mayor implica proximidad y la menor lejanía. Es un intento por plasmar un tipo de perspectiva y profundidad que parece derivar de los bajorrelieves helenísticos y la decoración musivaria bizantina. Por eso mismo, aparecen reducidos al fondo de la imagen dos estandartes, uno con la bandera bicolor y otro con lo que da la impresión de ser un escudo con un águila imperial bicéfala, como la del primer término. La verdad es que nos encontramos ante un cartel en el que, junto al slogan, hace acto de presencia un texto bastante significativo, cuando en la totalidad de carteles comentados sólo encontrábamos el lema correspondiente. El texto en cuestión (*Los pelayos de España esperanza de la Religión y de la Patria*), no hace más que referirse a la vieja consigna carlista que, igualmente, aparece en el lado izquierdo del cartel. Por último y en relación al tipo de procedimiento verbal empleado en este ejemplar gráfico, advertimos el peso específico del mecanismo de adhesión (*Virtue device*) dado el objetivo del cartel de anunciar la intención de la Organización que publicita de defender al país y a la religión, para que sea admitido por el individuo⁹. Respecto a los modos de persuasión, se ajustaría

7. Pelayos. 1939. 64'5 x 42 cm.

a los principios de la *Argumentación* o el denominado *Fático-exhibitivo*, según Juan Antonio Ramírez, porque se enseña el producto (en este caso sería la Organización militar) y se declaran sus intenciones, sin pretender implicar especialmente al receptor⁹.

Bajo el lema *Niños afiliaos a los flechas* (Fig. 8), se nos presenta otro ejemplar gráfico, en el que un niño, vestido con el uniforme falangista y fusil sobre los hombros, desfila ante la ondeante bandera rojinegra del partido y gira la cabeza para observar el comienzo de un "nuevo" amanecer al fondo de la composición, en una clara alusión al "cara al sol". La economía de medios se hace patente a través de un espacio casi inexistente en la imagen, sólo roto por dos elementos como son la bandera y el sol, los cuales son los causantes de crear la ilusión de profundidad. Por otra parte, se puede observar la enorme importancia que tuvo para el Régimen el desarrollo de una gran cantidad de modelos para categorías y jerarquías de Falange, Sección Femenina, del Frente de Juventudes, Flechas y Pelayos, etc. Dentro de los cuales el uniforme cobraba una gran importancia de cara a la identificación de dichas organizaciones del Estado¹⁰. No obstante, la mayoría de ellos no eran sino una copia fidedigna de la uniformidad manifestada por otros regímenes autoritarios, como pueda ser el caso de la sección infantil *Balillas* de los fascistas italianos (Fig. 9). En este caso, no hay más que observar la enorme semejanza existente entre el modelo español y el anterior en el uso de pantalón corto, gorra, etc. En lo tocante al texto, se ubica en la parte superior izquierda a manera de introducción de la imagen, para continuar y completar en la zona inferior su mensaje.



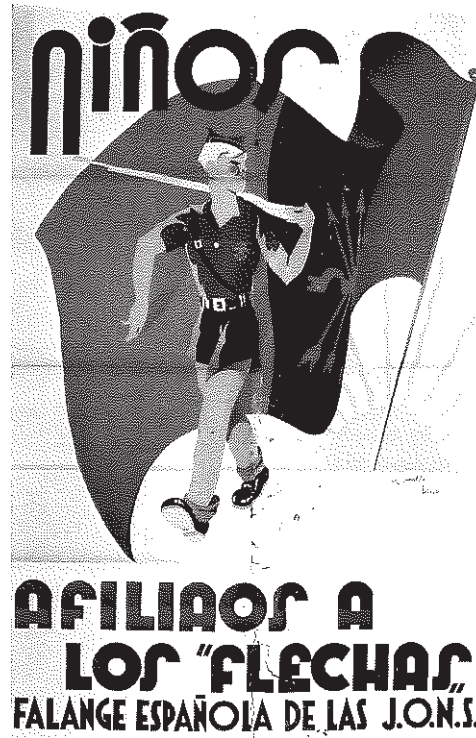
⁹ ENEL, F.: *op. cit.*, pág. 120.

¹⁰ RAMÍREZ, J. A.: *op. cit.*, pág. 186.

¹¹ CIRICI, A.: *op. cit.*, págs. 97-98.

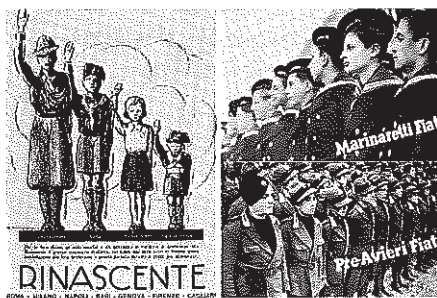
8. *Niños afiliaos a los "flechas"*. 1939.
(Bono). 63 x 42'4 cm.

Por eso, en el procedimiento verbal empleado destacaría el mecanismo de adhesión (*Virtue device*) porque se pretende asociar la imagen del "flecha" con una carga positiva para el público. Entre las técnicas de persuasión pertenecería al tipo del *Orden* porque el texto lleva en sí mismo un uso imperativo (*Niños afiliaos a los flechas*). Ello encajaría perfectamente en lo que Juan Antonio Ramírez denomina modo de relación *Imperativo* de cartel-espectador.

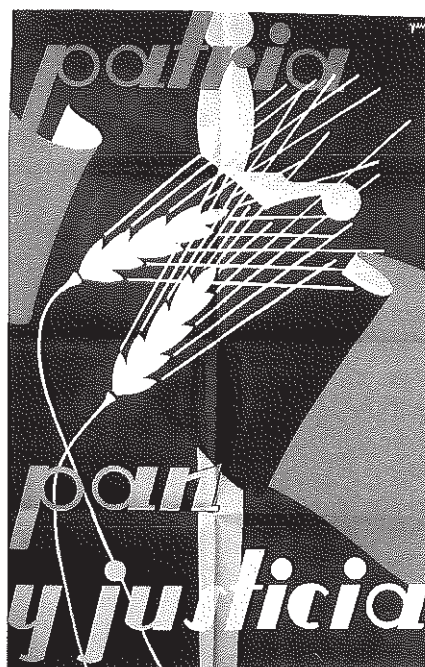


Más adelante, nos encontramos con dos carteles en los que se repiten modelos iconográficos con la sola diferenciación en la incorporación de atributos para la identificación de los mensajes. Uno lleva por lema *Volverá a reír la Primavera*, sobre un paisaje rural bastante esquemático, en el que florece una rosa junto a los colores rojo y negro de la bandera de Falange colocada en un eje diagonal, como queriendo enmarcar el nuevo panorama esperanzador. Los únicos elementos que introducen la profundidad en la composición son el esbozo de unas nubes y de un grupo de casas rurales, las cuales se disponen sobre el fondo irreal de unos colores planos (azul celeste, amarillo y verde). Ese carácter sintético de la imagen se expresa mediante la división del espacio en tres franjas o registros, correspondiendo cada uno a distintas porciones del paisaje que intentan aludir esquemáticamente al celeste del cielo, al amarillo propio del color de los campos y al verde como símbolo del florecimiento de la primavera. Mucho más sobrio y sintético se muestra el otro cartel que se titula *Patria, pan y justicia*, uno de los lemas de la Falange creado por Ledesma, el cual formaba parte del triunvirato (junto a Primo de Rivera y Ruiz Alda) de la dirección del partido unificado con la JONS y que también sería el creador de los conocidos *¡Arriba!* o *¡España, Una Grande, Libre!*¹². La división del fondo en tres partes se ha sustituido por un color monocromo (azul), las casas rurales por una espada y la flor en primer término por dos espigas de trigo. Sólo se mantiene la bandera falangista,

9. Sección infantil "Balillas" o "hijos de la loba", de los fascistas italianos, como clara referencia de los "Flechas"



10. *Volverá a reír la Primavera.*
1939. 63'2 x 43'9 cm.



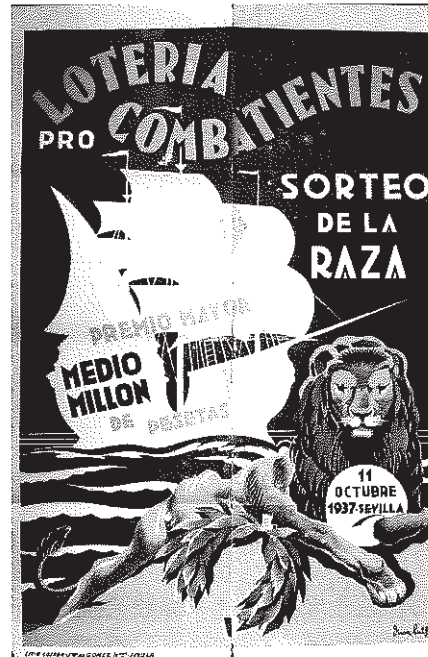
11. *Patria, Pan y Justicia.* 1939.
63'8 x 43'9 cm.

que también se dispone diagonalmente aunque en sentido contrario. En ambos ejemplos (Fig. 10 y 11), el mensaje es claro. Mientras en el primero se apela a una imagen de esperanza de cara al futuro junto a esa idea de reconstrucción del país, en el segundo, se fijan las tres consignas claves para llevar a cabo dicha labor que realizaría el único partido estatal. Tanto en el de *Volverá...*, como en el *Patria...*, hay un

¹² THOMAS, H.: *La Guerra Civil Española*, Madrid, Ruedo Ibérico, 1967, pág. 74.

12. Lotería pro combatientes. 1937.
(Juan Luis) 64'5 x 44'4 cm.

perfecto ensamblaje entre texto e imagen. La prueba radicaría en que si faltase alguno de esos dos elementos, sería difícil adivinar el significado de sendos mensajes. Además, fruto de esa estrecha relación, tenemos el acoplamiento íntegro entre los elementos iconográficos de la imagen y las palabras del texto. Si en el primer cartel el texto nos introduce en una visión de futuro, en el segundo se podrían manifestar las siguientes relaciones: *Patria-Bandera de Falange*; *pan-dos* espigas de trigo; *justicia-espada*.



Las diversas partes llevan a un todo porque cada elemento textual detenta, por consiguiente, su representación visual en la imagen. Respecto al procedimiento verbal, ambos carteles se insertarían en el mecanismo de adhesión (*Virtue device*) porque se asocia una idea (esperanza / consignas para reconstrucción) con una connotación positiva para que sea compartida por el receptor. Y en el tipo de técnica persuasiva, se encuadrarían en la referida *argumentación* porque al igual que en el cartel de los *Pelayos*, se publicitan unas intenciones, sin implicar al espectador de modo especial.

Unos carteles de propósitos más publicitarios que políticos son aquellos que encontramos referidos a la "Lotería Pro Combatientes", cuyos sorteos se preveían para las fechas del 11 de Octubre y Navidad de 1937 en Sevilla (Fig. 12). En concreto, tales eventos formaban parte de unas rifas y colectas celebradas para recaudar fondos a favor de los heridos y combatientes de la guerra¹³. Las cifras de los premios rondaban el medio millón para el sorteo del mes de Octubre y los 3 millones de pesetas para el de Navidad, reservándose una más elevada cantidad para aquellos días más familiares y entrañables. De esta manera, contamos con dos carteles para la lotería del 11 de Octubre y uno para la Navidad. En el primer sorteo tenemos el

¹³ BARRANQUERO TEXEIRA, E.: *Málaga entre la guerra y la posguerra*, Málaga, Arguval, 1994, pág. 130.

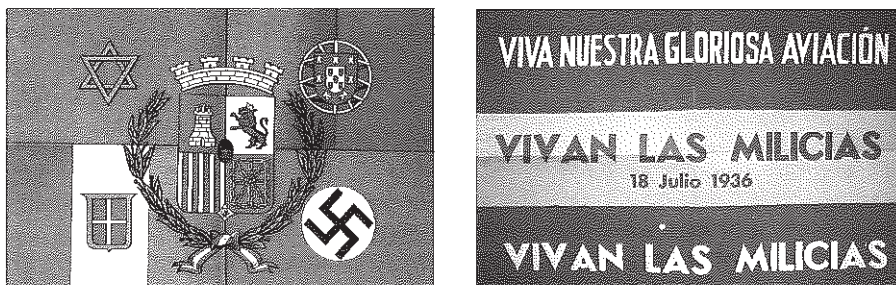


13. Lotería pro combatientes. 1937.
(Juan Luis) 64'5 x 44'4 cm.



14. Lotería pro combatientes. 1937.
(Juan Luis) 64'2 x 44'4 cm.

ejemplar representado por la silueta de color blanco de un galeón del siglo XVI, sobre el que se ubica parte del texto y la presencia serena de un león, en primer término, echado en tierra junto a una corona de laurel, sosteniendo en sus patas delanteras la fecha de la lotería inscrita en un círculo blanco. La profundidad se convierte en parte visible de la composición a través de ese barco de reminiscencias imperiales, perteneciente a la época hegemónica de primacía española sobre el mundo, sobre un mar casi confundible con el cielo a no ser por la división de unas líneas horizontales de color blanco para dar apariencia de la espuma marina. En el segundo cartel (Fig. 13) advertimos la figura de un soldado medieval ataviado con armadura, portando en una mano un escudo con los datos de la celebración del sorteo y en la otra un estandarte con el emblema heráldico hispalense ("NO-DO"). Sorprendentemente, el soldado aparece montando un caballo de madera tal como si fuera un juguete, como imagen "simpática" del carácter festivo de la "lotería" y recortado con un contorno blanco a modo de aura que lo distancia del fondo monocromo (amarillo). Más sobrio es aquél otro que hace referencia al sorteo de Navidad, debido al protagonismo de las tres siluetas planas de los Tres Reyes Magos de Oriente montados en sus camellos (Fig. 14). La elección del motivo radica en la especial significación de dichos personajes en el marco de las fiestas de la Navidad.



15. *Viva nuestra gloriosa aviación, vivan las milicias. 1937. 41'7 x 27'8 cm.*

La representación perspectífrica recuerda la utilizada por los artistas del románico, ya que se escenifica sin contar con el punto de vista del espectador. Por ello, las tres figuras aparecen superpuestas en un espacio toscamente representado con apenas una brizna de hierba y el perfilado del terreno en el que se asientan. También cabría aludir al hipotético simbolismo de los colores empleados en las tres imágenes gráficas, pues no en balde, el fondo rojo con las letras impresas en negro, o como ocurre a la inversa en la zona inferior, recordarían a los de la bandera falangista. Otra cuestión es aquella que hace referencia al perfecto anclaje de texto e imagen. Tal circunstancia se produce porque se sitúa inscrita en el elemento visual, como pueda ser el caso del enorme número 3 en el círculo que, supuestamente, representa al Sol en el cartel de los Reyes Magos. Otro ejemplo de la casi fusión entre ambos elementos estaría en la situación del texto al lado del componente visual, como acompañándolo. Éste sería el caso del cartel del soldado medieval en el que parte del texto prosigue la estela ondeante del estandarte, provocando una graciosa curva. Relativo al procedimiento verbal, todos pertenecerían al mecanismo de conformismo (*Together device*) al apelarse a las nociones de solidaridad del receptor mediante una lotería pro combatientes. Nuevamente se impone en estos casos la *Argumentación*, al exponerse unos hechos como el carácter eminentemente solidario de esa lotería para quien participe y también la dotación económica del premio en calidad de elemento estimulante y de atracción.

Un cartel un tanto extraño e inusual es el que encontramos de pequeño formato, quizás el de menor dimensión de todo el conjunto analizado, con doble cara (Fig. 15). Por una aparece la bandera bicolor y en la otra las banderas de los aliados acompañando al escudo de España ubicado en el centro de la imagen, en un tema habitual de otras ilustraciones nacionales¹⁴. Tal vez por esta peculiaridad no se concibiera para ser pegado en la pared y sirviera como mero folleto difusor de ideas políticas al ser repartido entre comerciantes y viandantes. El único texto existente

¹⁴ CIRICI, A.: *op. cit.*, pág. 17.

16. *El Requeté al servicio de España. 1939. 70'4 x 50'2 cm.*



aparece en el lado de la bandera nacional, colocándose entre las distintas franjas del mismo. Su contenido vendría a exaltar a las milicias y a la aviación (*Viva nuestra gloriosa aviación / Vivan las milicias*). Todo ello significaría que los salvadores de España militan en la "gloriosa" aviación, en las milicias populares y en los aliados totalitarios europeos. Se trata, en definitiva, de unas formas que darían que pensar, porque es como si se tratara de un homenaje hacia aquellos que supusieron un importante apoyo militar en la contienda bélica de cara a la imposición de un Orden y una Autoridad nuevas, lo cual motivaría la celebración de numerosos actos en honor de unos y otros combatientes¹⁵. Debido a ese preciso carácter de folleto político, no consideramos necesario incluirlo en las clasificaciones de la persuasión y del procedimiento verbal.

Mucho más tosco se antoja otro cartel en el que se representan dos consignas, el escudo con el aspa roja del Requeté en la zona izquierda y la bandera bicolor en la derecha (Fig. 16). Únicamente la presencia del texto aporta sentido y claridad a la imagen. El signo verbal (*El Requeté...*) encabezando al icono para anunciar su referente visual, está *al servicio de España*, el cual se encuentra en la parte inferior de la bandera nacional. Por tanto, enunciado verbal e icónico se implican íntimamente en una analogía visual / verbal¹⁶. El texto tiene su inmediata referencia visual a través de un emblema y de una bandera. Así formaría parte del mecanismo de adhesión (*Virtue device*) porque transmite al espectador una organización de milicias populares como es el Requeté, quien está a favor de la causa y en pro de la defensa del país. Por otro lado, se encuadrarían en el esquema persuasivo de la *Argumentación*, porque al contrastar dos elementos visuales obtiene un mensaje de participación y de unión de cara al público, junto a la ayuda del texto.

¹⁵ BARRANQUERO TEXEIRA, E.: *op. cit.*, pág. 93.

¹⁶ ENEL, E.: *op. cit.*, pág. 95.



17. *Nuestro destino... ¡Salvar al mundo, sirviendo a Dios y a España, 1937. 70 x 50 cm.*

La Obra Nacional Corporativa significa:

Para ti, patrono y empresario, la regularidad de tu desenvolvimiento.
 Para ti, obrero, la única posibilidad seria de tus reivindicaciones y el único camino para tus conquistas.
 Para todos, la conclusión de vuestras luchas. Quien no se incorpore a ella si es patrono, sigue encerrado en sus egoísmos, si es obrero, no está limpio de sus resabios marxistas.

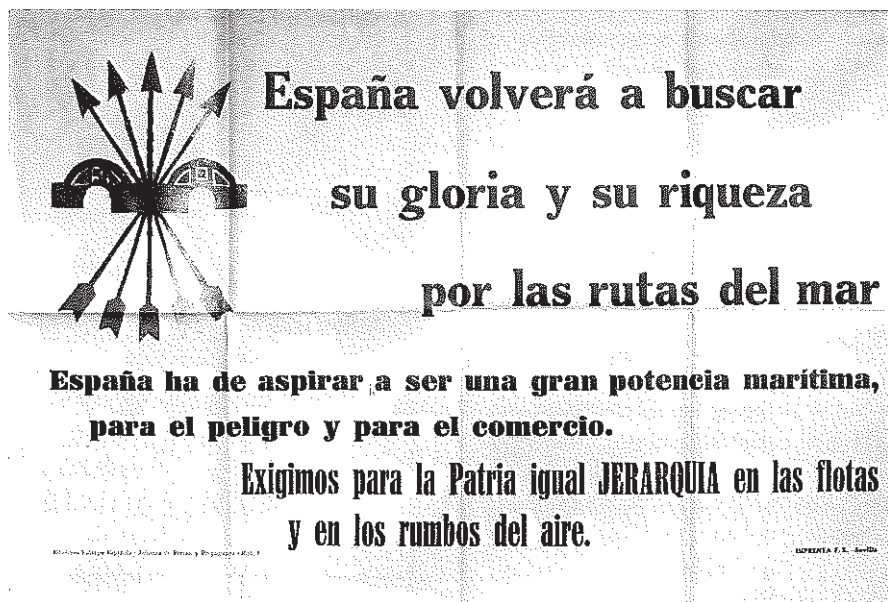
Incorporaos al movimiento

18. *La obra nacional corporativa. 1939. 63'7 x 47'3 cm.*

Por último, nos situamos ante una tipología gráfica completamente distinta de lo ya visto. Se trata de tres carteles que confieren un protagonismo de símbolo y slogan a la imagen gráfica. Dos de ellos están destinados a la propaganda del Requeté y el otro a la difusión de los ideales falangistas. En el primer cartel *Requeté* (Fig. 17) aparece el símbolo de la cruz en aspa de aquella organización sobre un escudo formado por un águila bicéfala coronada y rematada por el slogan, cuyas letras llevan el mismo colorido que el aspa. Probablemente, la intención remitiría a un intento por involucrar símbolo y "grito de guerra" en un mismo llamamiento. En el segundo ejemplo (Fig. 18), se incorpora un texto informativo, a la vez que amenazante y aclaratorio para acabar con la llamada imperativa de adhesión del público. En cambio, en el cartel falangista (Fig. 19) el símbolo gráfico del partido se ubica junto al slogan y no debajo, a diferencia de los anteriores, como *concreción (...) de una ideología entera, del mismo modo que la marca registrada de un producto es capaz de sugerirnos por su sola presencia un gran lote de conceptos sobre su calidad*¹⁷. En opinión de Cirici, el slogan de estos carteles (...) *se caracteriza por resumir muchas ideas a través de una expresión que en sí puede ser absurda, pero que de su propia falta de lógica extrae su poder polisémico, (...)*¹⁸. Por otro lado, el procedimiento verbal utilizado en los tres carteles sería el mecanismo de adhesión (*Virtue device*) porque se exponen unos objetivos (*España volverá a...; Salvar al...; La Obra Nacional Corporativa significa...*), de los cuales se esperan sean admitidos positivamente por el espectador. Sin embargo, en lo referente a la persuasión hay algunas diferencias porque los carteles que llevan por slogan *Alistaos... e Incorporaos...* serían del tipo *Orden*, (también llamado *Imperativo* por Juan Antonio

¹⁷ CIRICI, A.: *op. cit.*, pág. 26.

¹⁸ *Ibidem*, pág. 28.



19. *España volverá a buscar su gloria y su riqueza por las rutas del mar. 1938.*
63'9 x 44'1 cm.

Ramírez), al apelarse de manera imperativa al reclutamiento en el Requeté y a lo que sería el único movimiento (FET / JONS). En el cartel de Falange apreciamos el tipo *Argumentación* vista la explicitación de unos objetivos, los cuales parecen formar parte de un programa político en plena "campaña electoral". Por otra parte, y pese a la distinción entre Requeté y Falange, ambas organizaciones fueron unificadas bajo un mismo movimiento, denominado FET y JONS a partir de 1939. Lo que ocurre es que los carteles corresponden a distintos años y su aparición conjunta puede llevar a la confusión. Esta unificación provocó que no siguiera desarrollándose aquella iconografía monárquico-imperial de los carteles del Requeté. A pesar de esto, Falange y el Movimiento la adoptaron modificando su emblemática. Sin embargo, otro autor nos habla de ese acontecimiento, pero referido al Decreto de Unificación impuesto por Franco en 1937¹⁹. Lo que puede ocurrir es que pasara un tiempo lógico entre la promulgación teórica de aquella Ley y su implantación práctica y definitiva.

En cuanto al cartel de izquierdas, sólo persiste un único ejemplar gráfico en los archivos locales, si bien no se adscribe a los años de la guerra. Pero su inclusión

¹⁹ Véase BARRANQUERO TEXEIRA, E.: *op. cit.*, págs. 92- 93; y GRIMAU, C.: "Cartel Político y Publicidad comercial", en BONET CORREA, A. (Coord.): *Arte del franquismo*, Madrid, Cuadernos Arte Cátedra, 1981, págs. 286-287.

20. *Votad a Ramos Acosta Radical Socialista. 1933. (Arcos). 28'5 x 22'1 cm.*

resultaría importante para establecer un punto de vista distinto a lo visualizado hasta el momento. El cartel (Fig. 20) pertenece a las elecciones celebradas en Noviembre de 1933, ante los graves problemas del Gobierno de Azaña para solucionar la situación política del país²⁰. De esa manera situamos los acontecimientos necesarios para la comprensión del contenido de la imagen satírica reflejada, en una línea de gran tradición en España, desde el siglo XIX.

No puede olvidarse cómo la ilustración satírica fue un medio de comunicación bastante prolífico y empleado por partidos políticos para convencer a sus adeptos y degradar al oponente, el cual no es otro en este caso que el grupo aliado de derechas, entre los cuales figuraban los monárquicos. Estos aparecen identificados con el tocado alto y puntiagudo, comúnmente denominado mitra, usado por los obispos. Dentro de la mitra se perfila una corona de cuatro puntas, con lo cual la tradicional identificación entre el trono y el altar se testimoniaría y aclararía totalmente en torno a aquellos sectores sociales favorables a la secular injerencia y participación de la Iglesia en la vida política y social del país.

En este sentido, tales personajes figuran en el cartel con aires de triunfo, en inequívoco alarde de su situación privilegiada, amén de hacer gala de una serie de signos visibles entendidos como iconos de la opulencia y la represión unida a ella. La copa de champán alardeando una espada, el cigarro puro, el monóculo, junto a sus atavíos burgueses y aristocráticos definen y caracterizan a los oligarcas con idéntica intensidad denigratoria con la que George Grosz "retratase" *el rostro de la clase dominante* en la Alemania de entreguerras. De nuevo en España, los opresores son llevados a hombros de dos figuras que podrían personificar al pueblo en general y a un trabajador del medio en particular, más concretamente un periodista, debido a la identificación que le otorga la presencia de un objeto relacionado con aquella



²⁰ THOMAS, H.: *op. cit.*, págs. 67-69.

actividad, cual es la estilográfica que sostienen en la oreja. Tales personajes sufren el peso y la opresión de quienes ostentan el poder y, para colmo de males, son ridiculizados por dos gorros evocadores de la estulticia del asno que ciñen sus cabezas y que han sido formados por las hojas del periódico de derechas ABC. Sin duda, la imagen compone una clara alusión al servilismo y complicidad, control y manipulación de ese tipo de prensa referida por el grupo político satirizado, coincidente con la ideología derechista, en los momentos en que estaban en el Gobierno. De ahí la amenaza del texto al destinatario del mensaje, de lo que podría ocurrir "de nuevo" de producirse el triunfo del bloque político rival en las inminentes elecciones.

Por otro lado, el cartel asume como propio el mecanismo de rechazo (*Poison device*) al presentarse al público una dura crítica en imagen de manipulación y opresión, con lo cual se tendería a una connotación negativa de la situación aludida. La técnica persuasiva se asimila a la *Sugestión* vistas las dos figuras que miran fijamente al espectador: el monárquico y quien lo sostiene. Un fuerte contraste de dos situaciones diferentes, cuales son la del opresor y la del oprimido. Y esto involucraría al espectador, le condicionaría hacia una visión crítica y una respuesta ante la injusticia planteada. Aunque, atendiendo al texto, también habría *Amenaza*, que es lo planteado en el enunciado verbal ante una situación peligrosa representada en la imagen. Para evitarlo se exhorta y se lanza una admonición: *¡¡Sacudid el hombro!!*, esto es reaccionar por medio del voto al candidato radical socialista. Por tanto, estaríamos en un interesante ejemplo de consecución de votantes a través de la acción persuasiva de un texto intimidatorio y amenazante y de una imagen satírica que actúa de cara más "amable" de cara al público.

SIMBOLOGÍA Y PROPAGANDA

Uno de los elementos más recurridos en la producción gráfica local analizada en este trabajo ha sido la figura del soldado, desde su variada representación iconográfica como Nacional, Falangista, joven Pelayo, niño Flecha y caballero medieval. Aunque su configuración como militar Nacional gana por mayoría, le sigue muy de cerca la falangista. La diferencia entre aquellas secciones o "castas" militares radica en el tipo de indumentaria que lucen. Así, el Nacional se caracteriza por el uniforme de color militar básico de camuflaje y con casco o gorra con una borla en el extremo, dando imagen del soldado legionario. El Falangista cubre su cabeza con ese mismo gorro, aunque del mismo color que la camisa que viste. Hay que remontarse al siglo XIX para encontrarnos con la utilización de esa prenda realizada por los garibaldinos, los cuales la llevaban de color rojo. La adopción del color azul fue asumida por los mauristas y los seguidores nacionalistas del Doctor Albiñana, en una clara usurpación de la prenda típica y más barata de los trabajadores de la época, quienes solían exhibirla sin chaqueta. No era más que un intento por "sacralizar" dicha indumentaria como medio de creación de imagen interclasicista, puesto que también

se asociaba a elementos militares²¹. Otro dato que vendría a confirmar esta hipótesis estaría en la posición remangada de la camisa por encima del codo. Y esto se produce en todas las categorías militares, incluso en las juveniles.

En cuanto al Pelayo, el componente iconográfico más destacado radicaría en el empleo de la boina roja como distintivo de los Tradicionalistas, la cual se añadiría a la camisa azul a causa de la Unificación de las dispares secciones en el Único Movimiento Corporativista. El uniforme de los Flechas no era más que una clara muestra por politizar la educación, implantando el modelo adulto falangista en todos los aspectos de la vida, hasta en la organización infantil o en aquella otra juvenil. Por ello, con camisa azul, gorra con borla terminal y correajes aparecían perfectamente uniformados unos inocentes "flechas". De esa manera, el Régimen adoctrinaba a la población desde su más tierna infancia para formar generaciones futuras totalmente educadas por él²², introduciendo nuevas ideas en la mente de los niños, sin dejar pensar para que adopten libremente la ideología oportuna, con lo cual se conseguiría su control absoluto.

La última variante es la de soldado o caballero medieval vestido con armadura y portando un estandarte, en un posible paralelismo entre combatiente y guerrero cruzado de la Edad Media. Por tanto, aquí estaría la relación con esa justificación del levantamiento militar como verdadera "Cruzada por Dios y por la patria", que proclamarían el Régimen y la Iglesia Católica conjuntamente. Una manera de difundir la propia ideología a través de una relación estética y, a la vez política, con la vestimenta caballeresca cuasi "tópica" de esa visión romántica de la época de los cruzados.

Llegados a este punto podría plantearse la siguiente pregunta, ¿Por qué la referencia del Ejército es la más repetida en la producción gráfica nacional? La respuesta a esa clase de repertorio iconográfico se encontraría en el deseo de glorificar la actuación decisiva que el estamento militar tuvo para el éxito y la consolidación de la sublevación franquista en el mando del poder. A lo cual se añadiría una especie de invasión ideológica militarista en todos los ámbitos de la sociedad española del momento, habida cuenta del modelo de gobierno de partido único, que encuadraba a sus militantes en milicias paramilitares. Así, el Ejército prolongaba su triunfal aparición en el cartel por medio de una misión heroica y trascendental, cuasi "mesiánica" para algunos puntos de vista: hacer frente a la amenaza del enemigo para salvaguardar el bienestar del pueblo; ligado estrechamente con los símbolos del Nuevo Orden; llamando a la población a que participase directamente en el "paseo triunfal" de las tropas de Franco con su afiliación en la dispares secciones; o barriendo las diferentes ideologías "basura" del

²¹ CIRICI, A.: *op. cit.*, págs. 30-31.

²² BARRANQUERO TEXEIRA, E.: *op. cit.*, págs. 104-107.

enemigo²³. Por otra parte, un elemento inseparable que acompaña en la imagen al soldado nacional es el fusil, tanto en posición propicia para la lucha, como a modo de dispositivo meramente identificativo, por cuanto sólo su presencia refuerza la condición de autoridad y respeto al hombre uniformado, debido a la enorme carga simbólica desprendida por semejante objeto. Por eso mismo, lo encontramos como parte integrante del equipamiento de los Flechas, aunque en esa ocasión sea sustituido por la presencia ficticia de un inofensivo "juguete", paquete letal de todas formas por su significación y valores connotativos. La bandera nacional y la rojinegra falangista serían otros elementos recurrentes de cara a la composición y simbología de la imagen gráfica. La primera corresponde a la rojigualda tradicional monárquica y la segunda proviene de la adopción de los emblemas del partido con el que se unificó (JONS). Tales emblemas serían la bandera roja y negra (semejante a la anarquista, quizás para imprimir un aire populista al movimiento) y el yugo y las flechas²⁴. En este punto conviene recordar que el empleo de insignias se remonta a la antigüedad más temprana, desde los remotos ejemplos de griegos y romanos con sus estandartes, enseñas variopintas o el águila imperial. Todas ellas constituyen un signo de victoria, autoafirmación y, sobre todo, representación de la nacionalidad. Pero esto no sólo es exclusivo en la producción gráfica nacional, sino que también aparece en la del bando contrario, especialmente en lo tocante a la bandera tricolor republicana, la catalana y a veces la del País Vasco. Por su parte, el yugo y las flechas son elementos renacentistas creados por los Reyes Católicos para simbolizar la paridad entre los cónyuges reales y la unificación de esfuerzos entre sus respectivas Coronas. También se vincularía el yugo a un trasunto de la disciplina, por su conexión con el buey, que simboliza, a su vez, el sacrificio. En otros carteles, los símbolos falangistas van acompañando al escudo de España, protagonista de una serie de transformaciones desde que en febrero de 1937, las cadenas del reino de Navarra sustituyeran a las insignias del reino de Sicilia.

En algunas ocasiones, nos encontramos con el aspa roja (Cruz de San Andrés) de los requetés carlistas sobre el escudo imperial formado por un águila de dos cabezas. Se trata de uno de los numerosos ejemplos que podrían traerse a colación porque en la heráldica de muchos escudos de armas y emblemas europeos, el águila, junto al león, es el animal más frecuente. Por tanto, no es un emblema que naciera "ayer tarde" sino que conserva una gran tradición histórica e iconográfica y cuya utilización casi universal lo convierten en un símbolo de propaganda de las instituciones y fuerzas políticas del Régimen. Las cualidades heroicas atribuidas a ese animal volátil inspiró su ostentación heráldica por parte de muchos soberanos, los reyes alemanes, los duques de Baviera, Silesia y Austria, los margraves de Brandeburgo y los reyes de Polonia; si bien su utilización como emblema se

²³ UREÑA PORTERO, G.: "La Pintura Mural y la Ilustración como Panacea de la nueva sociedad y sus mitos", BONET CORREA, A. (Coord.): *op. cit.*, págs. 136-137.

²⁴ THOMAS, H.: *op. cit.*, pág. 74.

remonta a la antigüedad grecorromana, donde su presencia simboliza y acompaña a Zeus (Júpiter), aunque, por otro lado el águila que emprende el vuelo personifica el alma del soberano. También es portada como remate triunfal en el estandarte de las legiones romanas aludiendo a la soberanía. En cuanto a la representación gráfica de la bicefalidad su justificación responde a unas razones de estilización simétrica. De esta manera puede contemplarse en el antiguo Oriente y, a partir de 1433, en el blasón de los emperadores romano-germánicos. Tras la disolución del Imperio (1806) fue símbolo del Imperio de Austria (hasta 1919), también de la Rusia zarista (hasta 1917), de los reyes serbios, del escudo nacional albanés y, cómo no, de la tendencia y credo político de los partidarios de la rama carlista (línea de la casa de Borbón española).

El origen de esta peculiaridad iconográfica se antoja bastante difusa, ya que aparecen tantas teorías como historiadores del arte existen. Así, recordando a Biedermann, *la reina de las aves es conocida como símbolo de poder que desciende precipitadamente del cielo, y de fuerza guerrera, de ahí que, (...) se la represente también a menudo con dos cabezas (...)*²⁵. No obstante, el mismo autor apostilla que el aludido carácter bicéfalo puede relacionarse con el *simbolismo francmasónico*, porque es *el símbolo del grado 33 del rito escocés, al emplear una corona para cubrir las dos cabezas y una espada sostenida horizontalmente entre las garras. En cambio, Beigbeder apunta que el símbolo bien conocido del águila con dos cabezas (...) es una adaptación al águila de la antigua tradición mesopotámica de los dos leones, siendo ambos igualmente animales solares*²⁶. Una hipótesis más cercana a la iconografía cristiana es la propuesta por Malaxecheverría, al escribir que *los bestiarios catalanes exponen a su vez dos naturalezas del águila como es capaz de mirar al sol de frente (...) y su poder de rejuvenecimiento, de resurrección en cierta medida; y para insistir más adelante en que el folklore intuye, sin duda, el carácter solar y celestial del ave en todas las tradiciones sagradas(...)*²⁷; este último supuesto la asimila a una imagen de Cristo triunfante, debido a que su vuelo hacia las alturas se concebía como un paralelismo de la Ascensión del Hijo de Dios. También a la capacidad del animal para mirar al astro rey directamente sin pestañear, cuando éste brilla más fuerte, significando de nuevo a Cristo en el momento en que, de la misma manera, contempla directamente al Padre. Por su parte, el rejuvenecimiento del águila, similar al del Ave Fénix, se emparentaría con el baño regenerador representado por el bautismo. Sin embargo, no habría que olvidar también la aparición de la reina de las rapaces como heráldica de algunas Cofradías de Semana Santa²⁸, aunque el motivo procede de su asociación y vinculación con instituciones franquistas, desde la conquista de la ciudad en 1937.

²⁵ BIEDERMANN, H.: *Diccionario de símbolos*, Barcelona, Plados, 1993, pág. 22.

²⁶ BEIGBEDER, O.: *Léxico de los símbolos*, Madrid, Ediciones Encuentro, 1995, pág. 33.

²⁷ MALAXECHEVERRÍA, I.: *Fauna fantástica de la Península Ibérica*, Madrid, Kriselu, 1991, págs. 129 y 133.

²⁸ En el caso de Málaga estarían las Hermandades del Prendimiento, Misericordia y Zamarrilla.

En otros carteles, el elemento empleado como telón de fondo es el Sol, acompañado del despliegue de sus rayos luminosos, los cuales abarcan toda la imagen. Su simbología más usual viene a representar el renacimiento, la esperanza en un futuro mejor, según se recepciona claramente por parte del discurso aplicado a los carteles de *Falange* y de los *Flechas*. Pero este motivo iconográfico tiene una larga tradición histórica, porque su simbología es utilizada desde las antiguas religiones hasta el cristianismo, pasando por el mundo romano, donde, como es sabido, el culto al sol estaba muy enraizado. Frecuentemente, se relaciona con el mito del águila *pirófora* al ser el pájaro del Sol, portador del fuego y de la luz celeste, cuyos rayos tenía en sus alas. Además, dicha ave poseía la peculiaridad de rejuvenecer, volando hacia el cielo del sol con el fin de quemar sus viejas plumas y lograr que se le desprendiera la película que le cubría los ojos. Seguidamente, descendía hacia una fuente, en la que se sumergía tres veces, volviendo a ser joven. Semejante relato se relacionaría con la religión cristiana en el contexto de aquellos hombres, los cuales queriendo cambiar de hábitos y costumbres, proceden a la búsqueda de Jesucristo, en el apoyo de la comunidad de creyentes (volando hacia los rayos del sol), sumergiéndose por tres veces en el eterno manantial de la penitencia. Así, retornaba a una juventud limpia de impurezas como la del águila. Por tanto, esta idea de renovación solar podría ser otra simbología a tener en cuenta.

Según las fuentes literarias, de la misma manera que Cristo vislumbra al Padre, todos los verdaderos cristianos verían del mismo modo a Dios. Especialmente uno, San Juan Evangelista, porque miró más firmemente al Sol de la Justicia que ningún otro hombre nacido y, además, tiene al águila por atributo. También se relaciona esa capacidad de acceder a la divinidad con mirada recta, con la determinación de adoptar un camino de rectitud en la vida. No obstante, podría establecerse un paralelismo entre la mirada de ese ave al astro rey, como símbolo de la iluminación espiritual, y el popular himno de la Falange denominado *Cara al Sol*. Semejante lectura se visualiza perfectamente en aquel cartel en que el niño "flecha" gira la cabeza para mirar al sol de frente, cual águila se tratase, para representar e interpretar casi literalmente el contenido de dicho himno.

Por otra parte, el sol puede tener la simbología del ojo que todo lo ve y la plasmación antropomórfica de la divinidad. Por ello, aparece ya en la arquitectura románica y gótica como ventana circular. Así, el ojo es una manera de iluminar sagradamente un espacio cualquiera. De este modo, llegamos a la antigua y tradicional temática Cristo-luz (Cristo Fotóforo) porque se considera la luz como el dominio del bien. Por tanto, para marchar hacia la luz de Cristo hay que unirse a Él, para convertirnos también en luz²⁹. De ahí que se considerasen las emanaciones de la luz divina (pudiéndose entender esto como rayos de Sol) como vehículo que

²⁹ CURROS, M. A.: *El lenguaje de las imágenes románicas*, Madrid, Ediciones Encuentro, 1991, pág. 115.

posibilita la ascensión desde el mundo material al inmaterial. En definitiva, algo parecido a una experiencia religiosa que conduce hacia un estado psicológico cercano al trance. Por tanto, el paralelismo que nos presentan los creadores de esas imágenes gráficas de los carteles nacionales con toda esa simbología, está servida. No en balde, pretenden asociar la actuación y la ideología propias de aquellos a los que sirven, como si fuera una labor divina y renovadora del espíritu de todo un país. Esto es, un planteamiento que se muestra a la consideración pública cual si se tratara de la representación del bien, de la justicia, de quienes creen tener la "salvación" de los españoles en sus manos, unida a la inestimable ayuda de Dios a su favor. Y ello, aunque nunca hubiera perdón para los derrotados del otro bando y siempre rencor, eternos aires revanchistas y dura represión. Por lo tanto, queda clara esa vinculación Sol-Cristianismo como la necesaria relación política Estado-Iglesia, para dar consistencia a la creación de un poder único. Sin olvidar que la presencia del águila en la heráldica del escudo de España procede del atributo del evangelista Juan, a causa de la devoción profesada por la Reina Isabel la Católica a este santo, y traducida en la multiplicación de este emblema en las empresas artísticas de los Reyes Católicos y en la fundación de numerosas parroquias bajo la titularidad del apóstol.

Posiblemente, y después de toda esta recapitulación teórica, puede establecerse otro interesante paralelismo entre varios elementos, casi inseparables, que patentizan la asociación mítica de ese ave con el Sol y las teorías medievales sobre una estética de la luz, considerada como fuente de belleza en sí misma. Dichos elementos irían interrelacionados, esto es, cogidos de la mano durante el Régimen de Franco. Se trataría del uso del águila en la heráldica de la nación y el *Cara al Sol* falangista, junto a las reiterativas alusiones al simbolismo del Sol y su iluminación divina y estética, plasmadas en los lemas propios de los carteles imperiales (*En España empieza a amanecer*), presentes en la vida social y política del país y altamente demostrativas como ejemplos de utilización y manipulación del simbolismo del Sol y su belleza.

En definitiva, puede afirmarse que además de simbolizar el Sol esa esperanza en una nueva sociedad y en un nuevo orden "falangista" en España, parece esconderse un trasfondo ideológico y, sobre todo, religioso bastante más profundo de lo que pudiera observarse en un principio, según hemos podido argumentar.

El uso de los animales con sentido simbólico constituye, asimismo, un recurso muy utilizado a lo largo de la Historia del Arte. De ese modo, en uno de los tres carteles de la lotería pro combatientes hace su aparición el león, recostado sobre la tierra, con el mar y un barco al fondo, posible recuperación simbólica del Poder marítimo del antiguo Imperio español. El rey de los animales ha hecho acto de presencia en frecuentes carteles del bando nacional, pero en este caso que nos ocupa lleva entre sus patas delanteras un círculo como símbolo de la totalidad, con los datos de la fecha de la lotería inscritos en él. Incluso no deja de recordar los leones de bronce que

presiden la entrada del edificio del Congreso de los Diputados y que constituyen la interpretación iconográfica más "popular" del león heráldico. Además, el león ha estado siempre relacionado con la fuerza animal y por ello siempre se le ha representado junto a deidades, reyes y héroes míticos. Para el cristianismo, dicho animal significa el Hijo de la Virgen María, el rey de todos los hombres, en suma. Incluso ha aparecido en el Tetramorfos como atributo del evangelista Marcos. Será, por su propia naturaleza, por lo que simbolice en el cartel la imagen del poder y la autoridad sobre todas las criaturas, desempeñando su dominio sobre la totalidad y acompañado de una corona de laurel como signo de la gloria, de la victoria y del triunfo. Los cuales le aportan esa tranquilidad necesaria después de haber ganado la guerra, con lo que explicarían esa actitud sosegada del león.

En definitiva, de esta imagen gráfica se puede extraer una lectura iconográfica conclusiva: los combatientes nacionales, victoriosos a costa de la derrota del Gobierno Republicano, estarían personificados en el rey de las criaturas terrestres, el cual sostiene el círculo de la totalidad, junto a esa alegoría triunfal de la Guerra Civil en la corona de laurel. Este último motivo también aparecería en el estandarte portado por el soldado medieval, que pertenecería ya a otro cartel pro combatientes.

Más adelante, nos encontramos con la utilización de dos símbolos de izquierda, aunque con diferente finalidad. Nos referimos a la Hoz y el Martillo y a la Espiga de Trigo. El primero de ellos, simboliza la unión de los trabajadores. Por un lado, el mundo obrero (el martillo), por otro el mundo de los campesinos (la hoz). Se trata de un símbolo empleado por todos los partidos comunistas del mundo, sobre la bandera roja y en sus impresos y propaganda. En la producción gráfica nacional estudiada aparecen en dos carteles: *El Monstruo Ruso* y el del soldado barriendo los problemas y los males del país. En el primer ejemplo, la utilización de tal símbolo se realiza para identificar claramente, y sin rodeos, a la bestia con el enemigo al que hay que derrotar y con el que se está luchando. Y en el segundo ejemplo, aparece en un revuelto "sucio" junto a un grupo de elementos y consignas que vienen a representar y personificar al enemigo, bajo la seria presencia de un soldado nacional a punto de "barrer la basura". También figura en ese revuelto de ideologías enemigas, un compás y una escuadra, atributos propios de la masonería. En cambio, el otro símbolo (espiga de trigo) aparece en un contexto completamente distinto al anterior. Es en general un símbolo de la generosa prodigalidad de la tierra, entendido también como emblema de la fecundidad y símbolo de germinación, de crecimiento y desarrollo³⁰,

³⁰ Para el tratamiento y exégesis de los símbolos, véase: JULIÁN GONZÁLEZ, I.: *op. cit.*, págs. 61-65; UREÑA PORTERO, G.: *op. cit.*, págs. 136-143; GRIMAU, C: "Cartel Político..." *op. cit.*, págs. 277-282; CURROS, M. A.: *op. cit.*, págs. 109-115; BIEDERMANN, H.: *op. cit.*, págs. 22-25; BECKER, U.: *Enciclopedia de los Símbolos*, Barcelona, Robin Book, 1996, págs. 17-19; BEIGBEDER, O.: *op. cit.*, págs. 33-35; MALAXECHEVERRÍA, I.: *Fauna... op. cit.*, págs. 129-134; SEBASTIÁN, S.: *El Fisiólogo atribuido a San Epifanio seguido del Bestiario Toscano*, Madrid, Tuero, 1986, págs. 39-45; MALAXECHEVERRÍA, I.: *Bestiario medieval*, Madrid, Siruela, 1986, págs. 73-78.

que fue bastante usado por la propaganda de izquierdas. Pero en esta ocasión, sería utilizada por la falangista para sus propios intereses, en una clara usurpación y apropiación de un signo más ligado tradicionalmente a la ideología de los derrotados, como puede apreciarse en el cartel que lleva por tema *Patria, Pan y Justicia*, en el que se acopla perfectamente imagen y texto en un mensaje directo y fácilmente entendible por el espectador. No obstante, no sería el primer caso de usurpación porque ya apareció con la bandera roja y negra de la enseña anarcosindicalista y con la camisa azul del uniforme, prenda característica de los obreros. Por otra parte, podría decirse que pertenecería al tipo varias veces repetido de cartel doctrinario, cuya finalidad sería la de dirigir al país hacia una revolución nacional-sindicalista, con un Estado sin clases sociales y distinto del pluralismo liberal. Sin duda alguna, una realidad a considerar sería aquella que insta a reconocer cómo el Alzamiento tuvo un mayor apoyo entre el campesinado, en detrimento del proletariado industrial urbano. Tal vez porque creían ver la defensa de sus intereses en aquella peculiaridad ideológica basada en la idealización sistemática de las formas de vida pre-industrial, las cuales podrían estar representadas en la espiga de trigo como imagen de esos sectores campesinos³¹.

TEMAS Y ESTILOS

En relación al material gráfico "nacional" consultado, hemos llevado a cabo la siguiente clasificación temática: antimarxistas, pro milicias y alistamiento, papel de la mujer y solidaridad. Clasificación que, sin duda, está abierta a futuras ampliaciones. En conformidad con lo expuesto, analizamos cada uno de los temas propuestos, siguiendo el mismo orden enunciado.

MARXISMO

Una de las tareas principales de la propaganda franquista fue denunciar al enemigo a combatir por medio de una caracterización y presentación del mismo un tanto especiales a las masas, a medio camino entre un concepto expresionista y surrealista. En unos carteles encontramos el elemento "indeseable" sintetizado a través de la aparición de sus emblemas, los cuales se mezclan con los de otros en un espacio "sucio" y desordenado (Fig. 1). El propósito es dar la imagen de una plaga que es necesario "barrer" o eliminar para salvaguardar el espíritu nacionalcatólico español. Por el contrario, una representación más grotesca y fantástica del enemigo sería la segunda vertiente posible. Se registra en un tipo de cartel dirigido a los instintos más primarios e inmediatos del hombre. Aparecen en ellos verdaderos ogros y monstruos de enormes proporciones, portando sus símbolos para despejar dudas

³¹ Véase CIRICI, A.: *op. cit.*, pág. 18; y GRIMAU, C.: "Cartel político...", *op. cit.*, pág. 282.

acerca de su origen y destruyendo todo lo que encuentran a su paso, incluidos mujeres y niños (Fig. 2 y 4). Apelando a semejante imaginería monstruosa, el Régimen mostraba a la población el rostro del enemigo y su horrible finalidad. Todos estos motivos iconográficos eran extraídos del unitario objetivo histórico de una actuación militar, la cual necesitaba justificarse como baluarte de los valores de la civilización cristiana ante el peligro, casi demoníaco, del comunismo en su brutal embestida desde el oriente europeo³². Ante la amenaza marxista sólo cabe una respuesta clara y contundente:

¡Jamás!

Junto a la finalidad universal del Nuevo Estado, la cual consiste en:

¡Salvar al mundo, sirviendo a Dios y a España!

Por otro lado, el empleo de seres monstruosos para encarnar al enemigo evocan tipos iconográficos que recuerdan a los suscitados en la iconografía cristiana. Aquellas representaciones procuraban destacar la conciencia del temor a la condenación y la necesidad de arrepentimiento. Para lograrlo no se escatimaban medios, acudiéndose a lo grotesco, a lo feo y monstruoso para personificar toda la forma negativa y maléfica del príncipe del mal, con objeto de que los fieles identificaran la estupidez y lo repulsivo con el pecado. De esa manera, los demonios o ángeles malos serían los causantes de todo tipo de acontecimientos desagradables. Por tal motivo aparecerán con rostros deformes y horripilantes. Lo feo se sitúa al servicio del poder maléfico, de igual suerte que la belleza sublime sería atributo de Dios. Una estética de la fealdad se ponía en movimiento desde entonces hasta la actualidad. No puede olvidarse como, desde la antigüedad, la belleza externa se unía a la interior y la fealdad comportaba maldad y mezquindad interna, que se mostraba en lo repugnante de su obrar³³. Así, lo bello se vinculaba a lo bueno y lo feo a lo malo, en ese trasfondo platónico y neoplatónico, que remite a un concepto clave: *Calocagacfa*.

Por todo lo argumentado queda bastante claro esa asociación con el componente formal de dicha iconografía, la cual, en última instancia, se remonta a la Edad Media. Únicamente, se sustituye el contenido de la representación antigua por elementos políticos de la momentaneidad de la Guerra Civil. En *El Monstruo Ruso* se hace más evidente que en ningún otro ejemplo gráfico dicha representación del comunismo como demonio de la sociedad actual. Pero no queda ahí, sino que aparece en un entorno que refuerza esas reminiscencias de la iconografía cristiana, al utilizar el

³² Véase UREÑA PORTERO, G.: *op. cit.*, págs. 136-144; y GRIMAU, C.: "Cartel Político...", *op. cit.*, pág. 284.

³³ Véase CURROS, M. A.: *op. cit.*, págs. 130-145.

artista en la imagen una caldera en la que el "Ruso" aplasta a la gente. Dicho elemento era usado desde la plástica románica como representación del Infierno, en el que el demonio atiza el fuego, aunque en esta ocasión prefiere pisotear a las personas como uvas. Constituye un fácil mensaje dirigido al espectador en el que se representan las repercusiones del marxismo en caso de ostentar el Poder en algún momento, pues quedaría como verdadero infierno y opresión para sus gentes. Tampoco puede descartarse la influencia de la imaginaria de los cuentos y leyendas populares donde los personajes como el Sacamantecas y otros ogros detentan un instantáneo poder de sugestión en el imaginario colectivo.

Pero este tipo de representación en la que se asociaba el enemigo con la fealdad (feo-malo / bello-bueno) no es única del bando nacional. También se utilizó en el republicano para caracterizar, en este caso, al enemigo fascista, el cual hacía su aparición bajo forma de animal, como la serpiente, o como insecto, al que había que aplastar. Otra manera de representación de los fascistas sería a través de caricaturas degradantes, o por sus símbolos, los cuales eran aplastados igualmente bajo los pies del proletariado.

Ese modo grotesco de presentar al enemigo coincide con el tema de la Bestia en la obra escrita entre los años de la guerra por el falangista y antisemita José María Pemán y que lleva por título *Poema de la Bestia y el Ángel*. En ésta, el autor entrega a sus contemporáneos una imagen diferente del conflicto, partiendo de un estilo épico, particular y subjetivo. En consecuencia, según Pemán, antes de narrar la contienda contra los poderes del Mal, es necesario pedir fuerzas al Señor. Un Mal, por cierto, que procede del Este, *cual viento largo y marceros (...)*. Para mostrarnos, más adelante, unos versos sus concisas y terribles intenciones:

*Dando viene, en pregón de muerte y guerra,
(...), voces temerosas:
¡Seré guadaña de los campanarios,
polvo del Sol, pezuña de las rosas;
derribaré la fuerza de la Vida,
deshojaré la gracia del Amor, (...)!*

Pero no acaba ahí, sino que identifica lo demoníaco también con el judaísmo y con la masonería. En palabras del autor, esto es así debido al lanzamiento de una doble maldición. Por una parte, al odiar la tierra porque sólo aman el oro, la riqueza fluida y mobiliaria, como su vida errante. Por otro lado, por no ocultar su resentimiento hacia la Cruz:

*Y el sabio de Sión
habló de esta manera:
Porque mi pueblo errante y trotamundos
no la posee... ¡maldigo yo la tierra!(...)*

*Y el Sabio de Sión
maldijo así por vez segunda:
Maldita tú la Cruz porque tú tienes
la esbeltez de los álamos junto a la paz del río
en el amanecer.³⁴*

MILICIAS Y ALISTAMIENTO

Los carteles que encontramos acerca de esta temática fueron editados a partir de la caída de Málaga por los nacionales. Así, tenemos algunos ejemplos del año 1937, es decir, justo después de la conquista, aunque inmersa en un período de entreguerras puesto que continuaba el conflicto en el resto del país. También hay material gráfico del año 1939, fecha en la que se englobarían los pertenecientes a una propaganda más dirigida hacia la posguerra. Este llamamiento necesario del Nuevo Estado estaba encaminado a concienciar a la población para su futura integración como voluntariado en los Requetés, en la Falange o en sendas organizaciones juveniles tales como Pelayos y Flechas. Pero esto no fue exclusivo de este bando, sino que lo encontramos igualmente en la República. Aunque, eso sí, en un nivel mucho más desarrollado, ya que fue una de las primeras decisiones tomadas tanto por el Gobierno Constitucional como por la *Generalitat* catalana en sus intentos por frenar la oleada fascista. Otro dato digno de mención y que demuestra la lamentable situación que se vivía en aquél bando en el que "cada uno hacía la guerra por su cuenta", fue la característica de no poseer un frente firme y común en la política republicana, lo cual produjo que cada partido y comité obrero contaran con sus particulares milicias antifascistas. Con lo cual las campañas propagandistas encaminadas hacia la adopción de adeptos sería casi frenética, llegando incluso a competir entre ellos mismos.

Los carteles de alistamiento para las milicias y el Ejército Regular, fueron por tanto, constantes en uno y otro bando a lo largo de todo el período bélico, aunque la producción gráfica en el Republicano fuera mayor. No obstante, en la zona nacional encontramos los referentes a las campañas de captación de voluntarios para los Requetés (*Fig. 17*), Falange (*Fig. 6*), o incluso para las organizaciones infantiles adoctrinadas de los Flechas (*Fig. 8*). El ejército también contaría con su propia campaña de propaganda (*Fig. 5*), el cual esgrime un lema (*Ahora o nunca*) que repetiría hasta la saciedad el Departamento de Plástica y sería empleado en otras organizaciones como en la Falange, igualmente. En cambio, a partir del Decreto de 22 de Diciembre del 1936, tuvo lugar la unificación de las milicias "nacionales" y de

³⁴ La referencia al poema de José María Pemán aparece en CIRICI, A.: *op. cit.*, pág. 84; y para la transcripción de los poemas en la propia obra de PEMÁN, J. M.: *Poema de la Bestia y el Ángel*, Madrid, Ediciones Españolas, 1939, págs. 34-53.

partidos en el "Único Movimiento Corporativista". De esa manera, aparecen carteles con una utilización compartida, por no decir prestada, de emblemas en la imagen gráfica, como el efectuado por FET y la JONS del águila bicéfala de los Requetés carlistas. Con ello fueron controladas políticamente, eliminando las tensiones suscitadas acerca de las competencias y las jerarquías entre las milicias y el Ejército Regular. Habría que destacar en Málaga las numerosas actuaciones militares, tanto en los distintos Frentes como en las labores de "recuperación" o de "guarnición" de las compañías de voluntarios alistados para dichos fines (Batallones). Algunos llevarían nombres como los de *8 de Febrero* o *Nuestra Señora de la Victoria*. Por otro lado, destacan los comentarios de algunos historiadores relativo a la discriminación que se producía en esa selección de voluntarios, tras el llamamiento causado por la propaganda para las milicias o batallones. De hecho, los mejores hombres y los más preparados para el combate eran alistados en primera fila, es decir, se los llevaba siempre el ejército. Mientras que los rechazados pasaban a la segunda fila, esto es, a las "Banderas"³⁵.

PAPEL DE LA MUJER

La representación gráfica de la mujer durante el franquismo se encuentra vinculada a la concepción fascista que se tenía de ella y su función en la Nueva Sociedad surgida a raíz del 18 de Julio de 1936. Todos los progresos y derechos que se habían adquirido, no sin enorme dificultad durante la República, eran borrados automáticamente ahora para ser devuelta a su "tradicional" discriminación histórica en lo social, político y cultural y a someterse jurídicamente bajo la tutela del marido. Como prueba la Ley aprobada del 12 de Mayo del 1938, la cual significaba un retorno al Código Civil de 1889³⁶. Pero este duro golpe ocasionado a las aspiraciones igualitarias de sexos supuso un grave retroceso al pasado decimonónico, para el cual el género femenino apenas si contaba ya, por no decir nunca, para las distintas participaciones sociales del ciudadano en el gobierno, y además mantenía claras afinidades ideológicas en el siglo XX con la Italia de *Mussolini* y la Alemania de *Hitler*. No en balde, en esos países totalitarios la mujer era infravalorada en todos los aspectos de la vida casera y laboral y su aportación al "Imperio" casi se reducía únicamente a la labor reproductora, como "fábrica de futuros soldados". Por otro lado, aparecieron importantes organizaciones como Sección Femenina, en la cual se encuadraban numerosas mujeres para la realización de destacados servicios sociales durante la contienda bélica, pasando al adoctrinamiento de las españolas en su papel sumiso y discriminatorio, al finalizar la guerra. Sin embargo, a pesar de que

³⁵ Véase JULIÁN GONZÁLEZ, I.: *op. cit.*, pág. 120; y BARRANQUERO TEXEIRA, E.: *op. cit.*, págs. 84-93.

³⁶ PELTA RESANO, R.: "Imágenes e ideologías: La representación gráfica de la mujer durante el primer franquismo", en *Boletín de Arte*, nº. 18, Málaga, Universidad, 1997, pág. 349.

pueden detectarse semejanzas en el bando republicano relativas a esa representación gráfica de la mujer como "ama de casa", hay serias diferencias. Ello se produce porque participó en la lucha desde el primer momento y la mayoría de los partidos tenían sus organizaciones de mujeres, como la del *Comité Nacional de Mujeres contra la Guerra y el Fascismo*, *Agrupación de Mujeres Antifascistas*, o la anarquista *Mujeres Libres*. La principal labor de aquellas era la de sustituir al hombre, que se encontraba en los Frentes, trabajando tanto en fábricas como en el campo. Con lo cual, colaboraban seriamente para que su bando ganara la guerra.

Semejante visión retrógrada de la mujer como tradicional madre de familia hogareña, modesta, sirvienta y sometida a la voluntad del marido, puede apreciarse en uno de los carteles nacionales denominado *Jamás*. En primer término de dicha imagen se advierten los valores anteriormente mencionados, reflejándose como *anillo al dedo*, y nunca mejor dicho, en esas mujeres "asustadizas", protegiendo a sus hijos de la monstruosa amenaza que les acechaba, como madres amables y hogareñas que son en esa especie de contexto familiar. Frente a esta imagen, pusilánime, contrasta la figura emergente del gran soldado nacional, semejante a un valeroso y valiente héroe, el cual se interpone a la bestia para plantarle cara, protegiendo de ese modo los valores católicos y tradicionales, haciendo gala, como no podría ser menos, de su consustancial "hombria". Pero toda esta concepción fascista de la mujer no es sólo propia del cartel, por cuanto se corrobora igualmente en publicaciones malagueñas de la época³⁷.

Por otro lado, cabe la posibilidad de lanzar la siguiente hipótesis al respecto, ¿Por qué no se representa a un hombre en semejante tarea en lugar de la mujer? Porque si se hace, el contenido de la ilustración cambiaría de significación radicalmente, pues la presencia masculina en la imagen gráfica lleva consigo una significación específica y ya acumulada por el Régimen, dirigiéndose más por ello hacia temas relacionados con la guerra o al alistamiento para el ejército. Además, si tal giro se produjera ya no se trataría exactamente de un icono parafascista sino de una ideología distinta.

SOLIDARIDAD

Los tres ejemplares gráficos que encontramos relativo a esta temática se ajustan a una *Lotería pro combatientes*. Se encuadran en un conjunto de acciones y servicios, junto a rifas, colectas y donaciones tanto económicas como materiales de particulares, encaminadas al abastecimiento de las precarias condiciones de los Frentes de batalla en sus necesidades más primarias e inmediatas, aunque muchas

³⁷ Véase, por ejemplo, el caso de la revista *Dardo*, Mes II, Año II, Archivo Municipal de Málaga (A. M. M.), 1939, Contraportada.

veces se dieran para mostrar de manera rotunda la adhesión al Régimen. Con el dinero recaudado por medio de esas acciones, se preparaban los paquetes de alimentos, ropas y todo aquello fundamental para el aprovisionamiento y subsistencia de los combatientes o heridos. Todo elaborado y difundido como si se tratara de un verdadero "despliegue logístico". Si el *Socorro Rojo Internacional* fue uno de los organismos que colaboraron en el abastecimiento de los campos de batalla del bando republicano, en el nacional estaría la delegación de "Asistencia a Frentes y Hospitales". Entre los diferentes servicios de la misma, figuraba "El Aguinaldo del Soldado" o la "Oficina de Información y envíos militares", la cual se consideraría una de las más importantes de esa delegación. Además, formaba parte de las funciones propias de las mujeres en la política franquista, tras el Decreto de Unificación de los partidos y organizaciones³⁸.

En cuanto al estilo, si hubiese que hablar de uno definitorio de este período, quizá tuviéramos que recurrir al realismo, sin olvidar ciertas influencias expresionistas y de simplificación geométrica. Se recurre a estas tendencias artísticas al ajustarse a aquél estilo que mejor se adapta a la situación bélica, en su imperiosa y urgente necesidad de difundir su propaganda específicamente militar de un modo accesible y comprensible para los ciudadanos. No se trataba de buscar nuevas maneras de representar la realidad sino todo lo contrario, propagar mensajes de la manera más fácil posible, evitando cualquier tipo de complejidad formal e iconográfica que dificultara su lectura por parte del espectador. En definitiva, las *novelty* y *facility* de las que hablaría Hume. No era el momento adecuado para que el artista explorase nuevas fronteras del campo del arte, aunque esto no quitase que se experimentaran con nuevos recursos técnicos que favorecieran una comprensión sencilla de la información para las masas. Este es el caso de la aplicación del fotomontaje en el cartel de guerra civil español, que hiciera uno de los mejores representantes del mismo, el cual no fue otro que *Josep Renau*. Técnica utilizada ampliamente en la producción gráfica republicana, a diferencia de su notable ausencia en la nacional.

Se puede afirmar, por tanto, que el planteamiento visual de la propaganda franquista se caracteriza por un tratamiento realista de la imagen, en la que se magnificaba estéticamente la figura del soldado nacional frente a su antagonista, al igual que ocurría en los carteles del bando contrario. Pero no sólo esto, sino que sería corriente recurrir también a elementos del pasado histórico por cuanto encontramos una retórica clásica del Imperio en esos emblemas del Nuevo Estado. Sin embargo, una variante de este modo de representación en la producción gráfica local es la que se da en *Falange os llama...* Aquí, el expresionismo se manifiesta en la deformación del cuerpo del soldado por medio de ese alargamiento de sus miembros, en un intento pseudomanierístico por dotarle de elementos emocionales que inciten al público a la lucha o a la afiliación. En otro ejemplo, como es el caso de

³⁸ BARRANQUERO TEXEIRA, E.: *op. cit.*, págs. 126-131.

Ahora o nunca, se emplean unas formas más cercanas a lo geométrico en la construcción de la imagen, como recurso plástico para representar un ideal. Porque a través del aspecto hierático de un soldado al que le han eliminado los elementos propios de la personalidad, se llegaría a la noción de soldado y no a uno en concreto. Se evocaría ese ideal de lo militar, imagen del ejército y del ambiente bélico del momento y, asimismo, un subliminal efecto de alienación, en virtud del cual la identidad se anula en pro de las consignas dictadas por el líder carismático.

Para algunos teóricos, como Cirici, el cartelismo nacional entraría dentro de lo que se denomina estilo tremendista, ingenuo y movido, puesto que nacía directamente de las ilustraciones de folletín, cercano a las ilustraciones del mejicano Orozco, aunque generalmente se quedaba en el estilo de las ilustraciones de crímenes del *Corriere della Sera*. Otro tanto más es la contundente conclusión a la que llega Grimau, ya que teoriza con el cartel franquista como híbrido compendio de sucedáneos estéticos de carácter dibujístico, cursilón y decorativista. No obstante, no todos los estudios resultan tan excesivamente pesimistas y excluyentes para la gráfica del Régimen. Una visión más optimista a la marginal situación del cartel nacional es la de Carulla. Para el cual, debe tenerse en cuenta por un doble interés, histórico y artístico, aunque sea escaso tanto en número como en calidad³⁹.

ANALOGÍAS, DIFERENCIAS Y RELACIONES CON LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA NACIONAL

Cambiando de tercio y entrando nuevamente en el cartel de guerra, se hace preciso hacer hincapié en un relevante acontecimiento recogido por el diario local *El Popular*. Sus páginas dan curso a una noticia sobre la labor desarrollada en la capital de España por un pensionado de pintura del Ayuntamiento de Málaga, lo cual va a producir consecuencias inmediatas en el panorama gráfico nacional, al ser utilizado como esquema iconográfico a seguir. Nos estamos refiriendo al cartel titulado *Disciplina y Unidad de Acción para aplastar al Fascismo* (Fig. 21), obra original del malagueño Antonio Cañete en relación al de Martí Bas, *Feu tancs...tancs...*, o al de otros como Fontseré. El original pertenece a una larga serie de diversos carteles de temática antifascista presentados por los artistas del taller de F. U. E. de la Escuela de Bellas Artes de Madrid, entre los cuales se encuentra el del becario. Y el de Martí

³⁹ JULIÁN GONZÁLEZ, I.: *op. cit.*, págs. 130-136; ÁLVAREZ LOPERA, J.: "Arte para una guerra. La actividad artística en la España Republicana durante la Guerra Civil", en *Cuadernos de Arte e Iconografía*, Tomo III- nº 5, Madrid, Fundación Universitaria Española, Primer Trimestre 1990, págs. 122-123; GIRALT-MIRACLE, D.: "El diseño gráfico como historia visual", *Descubrir el Arte*, nº 14, Madrid, Arlanza Ediciones, 2000; CIRICI, A.: *op. cit.*, pág. 86; GRIMAU, C.: "Cartel Político...", *op. cit.*, pág. 290. CARULLA, J.; CARULLA, A.: *La Guerra Civil en 2000 carteles. República - Guerra Civil - Posguerra*, vol. 1, Barcelona, Postermil S. L., 1997, pág. 67.

21. Archivo Díaz de Escovar
(A.D.E.). *El Popular*, 20-10-1936,
p. 4



Bas, fue producto de uno de los miembros destacados del Sindicato de Dibujantes Profesionales (S. P. D.), creado en Barcelona meses antes de la guerra civil⁴⁰. De esa manera, puede observarse que el ejemplar gráfico de este último toma literalmente de referencia la obra del artista malagueño, desde la iconografía hasta el punto de vista de su presentación al espectador. Únicamente presenta variaciones en el lema y en algunos aspectos formales de la imagen. Asimismo, aparece un monumental vehículo blindado en contrapicado ante la expectante situación del receptor, en medio de una efectista ambientación bélica formada por alambradas y trincheras. Mientras el primero está formado por la alineación de dos tanques, disparando ráfagas y con banderas comunistas para identificarlos, el segundo destaca por el colosalismo del tanque ocupando la casi totalidad del registro de la imagen. Si el cartel de Cañete alude, sobre todo, a la intención de acabar con el Fascismo mediante esa imagen invencible que proporciona el tanque, como puede apreciarse en la cruz gamada a punto de ser aplastada. El otro, está encaminado a expresar una idea patente en la industria bélica republicana: la necesidad de construir dichos vehículos, como es evidente por medio de la sugestión que otorga el lema (*Feu tancs...tancs...*). En definitiva, mientras la obra de Martí Bas ha pasado a la historia del cartel gracias sobre todo a su calidad técnica, el de Antonio Cañete, el creador del modelo, de la idea original, ha quedado en el olvido. Por ello, nos encontramos en una situación en la cual la "copia" supera al original, dejando, en consecuencia, una vez más de manifiesto la importancia de la "invención" en el proceso de creación plástica. Pero no es el único caso que aparece porque ocurre lo mismo con el cartel de *Leete* del soldado apuntando con el dedo y el de *Montgomery Flagg* del reclutamiento por el Tío Sam.

El cartel titulado *Falange os llama* repite la característica constante iconográfica del soldado con brazo elevado al aire, para enardecer a las masas, avanzando y gritando a sus compañeros *¡Adelante!*, en un elemento ya clásico, empleado repetidas veces a lo largo de la propaganda gráfica de los diferentes conflictos internacionales. Además de eso también puede comentarse la característica común

⁴⁰ (A)rchivo (D)íaz de (E)scovar: *El Popular*, 20-10-1936, pág. 4.

22. Ilustración de Guindilla



de reflejar en el rostro del personaje protagonista todo el expresionismo y la carga emocional del mensaje del cartel, sin olvidar el gesto del brazo. En este sentido, podemos mencionar el cartel de *Renau* titulado *Tchapaief*, el cual tomaba la figura de un guerrillero soviético así llamado. Pero no queda ahí, sino que este tipo iconográfico

estuvo presente en la Primera Guerra Mundial, como el caso del cartel de *Jules Abel Faivre* denominado *On les aura*. Todo ello puede tener su antecedente en la protagonista del cuadro (*La Libertad conduciendo al pueblo*) de *Delacroix*, aunque aparte del simbolismo del gesto, el mismo personaje sería retomado igualmente como modelo para otros carteles. Por supuesto, no puede dejarse atrás la importancia que tendría la pintura de *Goya* en el campo del expresionismo como trascendental figura precursora⁴¹, porque de aquí beberían artistas posteriores, como el mismo *Delacroix* o los creadores gráficos del siglo XX.

En uno de los tres carteles analizados de la lotería pro combatientes encontramos uno bastante peculiar, ya que puede establecerse una relación de semejanza con su más que probable antecedente iconográfico en una ilustración decimonónica. Nos referimos al cartel en el cual aparece un soldado medieval ataviado con armadura, portando un escudo en un brazo y un estandarte con el emblema heráldico hispalense en el otro, a la vez que monta un caballo de madera como si fuera de juguete. Se trata del mismo recurso "simpático" empleado en una ilustración satírica del siglo XIX perteneciente a la revista *Guindilla* (Fig. 22). En esta ocasión, el planteamiento de la imagen resulta bastante evidente con respecto a la del cartel publicitario porque busca y persigue una situación jocosa para hacer reír al lector. Tal intencionalidad se impone ante la pretensión de la revista de elaborar una dura crítica hacia la crueldad represiva del ejército en sus diversas intervenciones para sofocar

⁴¹ HELMAN, E.: *Trasmundo de Goya*, Madrid, Alianza Editorial, 1983, págs. 94-96.

cualquier tipo de problemas en concentraciones populares⁴². De ahí que aparezcan dos personajes montando el caballo de madera, junto a la premeditada deformación introducida por el dibujante en los gigantescos elementos identificadores al cuerpo armado (espada y hombreras). Mientras tanto, en el cartel se busca una imagen más extrovertida relacionada con lo que significa todo el ambiente de festividad propio de una lotería. Por tanto, el elemento en discordia (caballo-juguete) va a poseer una marcada connotación festiva, porque se relaciona con el carácter divertido y alegre que le otorga el juego. Un juego que puede ser utilizado para realizar una crítica a través de la ridiculización de una realidad histórica o un acontecimiento determinado de la sociedad, o bien para publicitar una lotería.

CONCLUSIONES

La terrible situación de guerra que asolaba a toda España en general, y a Málaga en particular, iba a plantear una gran cantidad de necesidades, tanto sociales, políticas y humanitarias, como de motivos y consignas propagandísticas. Con ellas se pretendía influir y, a la postre, condicionar el comportamiento de la población. El conflicto armado salpicaría todos los ámbitos de la vida cotidiana, cuyo marco se demandaría la participación del conjunto de la población de manera directa e indirecta. Así, no sólo se hacía un llamamiento a los futuros soldados para el Frente, sino también a los artistas, de escaso número disponible, para el desempeño de una tarea no menos importante que la de los primeros. Esa actividad no fue otra que la del diseño de imágenes y lemas pertenecientes a unos carteles, cuya temática tenían que estar necesaria y directamente relacionada con el momento político que se vivía en aquellos instantes en todo el país. Por ese motivo, el creador gráfico en cuestión debía asumir la responsabilidad de contar con adecuadas fuentes informativas, con la intención de verificar la correcta plasmación plástica y política que las situaciones de los campos de batalla requerían. No obstante, esa función informativa debió de cubrirse, posiblemente, por el Departamento de Plástica, para el que prestaban sus servicios publicitarios. Pero aun teniendo en cuenta esta realidad elemental, la producción cartelística del bando franquista, tanto a nivel nacional como local, está exenta de ofrecernos una mínima información relevante acerca de la evolución de la guerra por el territorio español. Tal circunstancia quizás pueda estar provocada por un mayor interés hacia la publicidad de su ideología, en un intento por hacer cotidianos y cercanos a la población los emblemas y consignas de partido. Al tiempo que se iba fomentando una favorable imagen, tanto en el interior como en el exterior del país, a costa de la crítica inmisericorde del enemigo ideológico.

⁴² BOZAL, V: *La ilustración gráfica del siglo XIX en España*, Madrid, Comunicación, 1979, pág. 58.

Mientras que en la zona republicana el tema de la propaganda detentó una importancia inusitada desde el inicio de la Guerra Civil, en la zona nacional ocurre todo lo contrario, por cuanto domina la escasez de recursos técnicos y de creadores gráficos disponibles. Algo comprensible si tenemos en cuenta la inexistencia de una dirección propagandística adecuada hasta el año 1938. No obstante, es significativo el contraste existente con las potencias fascistas, por cuanto la propaganda fue concebida como un arma esencial para aquellos regímenes totalitarios europeos. Ante este hecho, algunos historiadores plantearon un sinfín de hipótesis sobre el asunto, aunque puede argumentarse que esa ausencia de artistas y de centros gráficos viene condicionada, principalmente, por la división territorial, ya que aquellos se concentraban en la zona controlada por los republicanos. Por eso mismo, a partir de la caída de la ciudad de Barcelona en poder de los sublevados, se produce una considerable mejora, en cantidad y no tanto en calidad, de la producción propagandística franquista.

Un aspecto a tener en cuenta, es considerar la correcta relación entre texto-imagen o el uso de los símbolos en su variada aparición iconográfica en los carteles editados. Todo ello enmarcado dentro de un estilo realista que facilitara la comprensión y la lectura de la información por parte del público, evitando cualquier tipo de complejidad formal e iconográfica, cumpliendo por tanto con las aludidas constantes de *novelty* y *facility*. No obstante, se detectaría una variación dentro de la tónica general en el empleo, algo comedido, de matices expresionistas por un lado y la simplificación geométrica por otro. En consecuencia, la representación gráfica se impregna de altas dosis de sentimentalismo y evocaciones a lo militar y a ese ambiente bélico del momento, mediante el uso de elementos emocionales y de la imagen despersonalizada y deshumanizada de soldados anónimos, para incitar al público a la lucha, a la afiliación o a la adhesión incondicional de unos ideales fascistas impuestos violentamente por el Régimen a la sociedad española.

Otra cuestión que puede plantearse ante el material gráfico recopilado es la relación directa de su contenido con la ideología y consignas del franquismo. Así lo demuestra la actitud discriminatoria llevada a cabo hacia la mujer en la "nueva" sociedad, al reducir su "participación" activa en el régimen al papel de madre, de educadora de niños en la moral católica, o como integrantes de la Sección Femenina en su misión social.

Un aspecto específico remite a las variadas utilidades de esquemas y modelos iconográficos, como referencias a seguir, para la elaboración de un producto "nuevo" y presentado como original. En el cartel *Lotería pro combatientes* aparece un elemento iconográfico (caballito de juguete) ya utilizado en una ilustración satírica del siglo XIX en la revista *Guindilla*. En el de *Falange os llama...*, se repite la característica iconográfica de soldado con brazo elevado al aire, avanzando y gritando a sus compañeros *¡Adelante!* en un elemento ya clásico, empleado repetidas veces a lo largo de la propaganda gráfica. Asimismo, tenemos los casos de

los carteles de *Tchapaief* de Renau, o el de *On les Aural* de Jules Abel Faivre. Es una evocación del personaje central del famoso cuadro (*La libertad conduciendo al pueblo*) de *Delacroix*, cuyo protagonista recibe toda la carga emocional y expresiva. Sin olvidarse en este sentido, el posicionamiento que tendría la pintura de Goya como precursor del expresionismo europeo. Para acabar nuestras precisiones sobre el modelo iconográfico, destacamos el cartel original del artista malagueño Antonio Cañete y de quienes lo utilizan como modelo a seguir, en los casos de *Martí Bas* o el de *Fontseré*. En definitiva, de esta discusión entre modelo original y copia, puede llegarse a la afirmación de que, independientemente de aquella situación, se encuentra ante todo la calidad técnica y artística del producto.

Una propuesta deseable al respecto sería intentar reunir el mayor número de carteles locales, tanto nacionales como de izquierdas, producidos en la época de la Guerra Civil y de la posguerra y organizar una exposición temporal, como instrumento de difusión de un material gráfico "olvidado" desde su emplazamiento en el Archivo. De esta manera, nuevamente se darían a conocer de cara al público, para el cual iban dirigidos en principio, en contraste con su "fosilización" actual, discretamente olvidados al permanecer plegados y clasificados en cajas archivadoras. Su reivindicación por parte de historiadores del Arte implica no quedarse con los brazos cruzados ante semejantes documentos históricos, destinados a una percepción colectiva, como es la función de todo cartel. Pese a que de un tiempo a esta parte, no pueden exhibirse ante la excusa de la "falta de espacio" del centro de documentación al que pertenecen, abogamos por la celebración de una exposición de estos carteles, por encima de discriminaciones y prejuicios vacuos, por cuanto significan la mirada hacia un problema común por iniciativa de "otra" parte de aquella guerra no tan lejana en el tiempo. Asimismo, su estudio global debe configurar, por su balance de contraste con el republicano y por el interés artístico, a pesar de su escasa calidad y número⁴³, aunque en este caso local sea lo mayoritario.

⁴³ CARULLA, J; CARULLA, A.: *op. cit.*, pág 67, (Vol.1).