

El Temps

Ester Boquera: “El Comissariat de Propaganda és el somni de qualsevol polític”

Ester Boquera Diago (Martorell, 1978) és periodista i doctora en Comunicació per la Universitat Ramon Llull. Interessada en temes de memòria, ara publica el llibre ‘Aixafem el feixisme’ (Publicacions de l’Abadia de Montserrat, 2023) fruit de la seva tesi doctoral sobre el Comissariat de Propaganda de la Generalitat de Catalunya durant la Guerra Civil.

per Xavier Puig i Sedano

18/04/2023

En quin moment i per què es crea el Comissariat de Propaganda?

A l’octubre del 36 quan ja fa unes setmanes que la guerra està en marxa, quan es forma el govern de concentració en què totes les forces antifeixistes formen part de la generalitat, fins i tot els anarquistes. Es dissol el comitè paral·lel que hi havia, el comitè central de milícies antifeixistes, i es crea aquest govern de concentració. A partir d’aquí, Jaume Miravittles proposa crear un organisme de propaganda on està representat, a petita escala, el govern de concentració. El lidera una persona d’ERC, Miravittles, i hi ha representants del PSUC - UGT, que anaven junts, de la CNT i, fins i tot, del POUM.

Qui era Miravittles?

Jaume Miravittles ja era a les files d’ERC. Tenia experiència d’haver estat secretari general del comitè central de milícies antifeixistes i d’ell depenien les competències de premsa i propaganda. Des d’aquesta posició, on ell comença a atendre corresponsals estrangers, s’adona de la necessitat de crear un organisme de propaganda institucional, més enllà del que tenen els partits o sindicats. Per exemple, la CNT té un òrgan de propaganda molt potent que lidera el Jacinto Toryho. Miravittles pensa que cal una veu institucional catalana per sobre dels mitjans partidistes. Prèviament, també havia sigut el secretari general de l’Olimpiada Popular que s’ha d’inaugurar a Barcelona el dia del cop d’Estat. Tot això li dona coneixement i contactes per liderar el comissariat de propaganda.

Diu que el Comissariat de Propaganda funciona prou diferent de l’òrgan de propaganda del Govern de la República espanyola. Per què?

Ells tenen un Ministeri de Propaganda, el creen un mes després, el novembre del 36. El català és de l’octubre. El cartellista Carles Fontserè arriba a afirmar que es crea a imatge i semblança del català. Podem dir que el català té un estil comunicatiu molt diferent del Ministeri i de la propaganda franquista per la modernitat que té. Això ho aconsegueix amb l’aplicació de les tècniques publicitàries que fins aleshores s’utilitzaven a Catalunya en la publicitat. Hem de tenir en compte que Catalunya és el pol més important del sud d’Europa a nivell publicitari durant els anys 20 i 30. Amb Barcelona com a pal de paller. La primera teoria publicitària escrita que es fa al món, surt de Catalunya, el 1917, de la mà de Pere Prat Gaballí. Ja hi ha una escola de publicitaris i alguns d’ells s’incorporen a treballar al comissariat. Això genera un estil més modern i segmentat. Segmenten el missatge per cada destinatari i diuen a cadascú el que més convé.

Quines són les idees modernitzadores de Prat Gaballí?

Ell no hi treballa. Però sí que hi treballa un dels seus aprenents, Pere Català Pic, que se’l coneix pel famós cartell d’*Aixafem el feixisme* amb l’esvàstica i l’espardenya. Dins del comissariat surt una idea molt innovadora com és la mascota El més petit de tots. Si mirem marques de l’època, veurem que intenten crear aquesta imatge de marca per ser recordades. Des del Comissariat es pretén fer el mateix amb *El més petit de tots*. Es creen diversos elements de merxandatge. No només es fa la figureta, es demana a Lola Anglada que faci un llibre amb el personatge de protagonista que després es tradueix al francès i al castellà també. També s’adapta una cançó popular, la dels Tres Tambors, i es creen retallables per nens. Sembla que hi havia un projecte d’un curtmetratge, però no ha aparegut i no sembla que s’acabés fent. Aquest seria el gran ítem modernitzador. També el que avui és *street marketing*, posant coses grans al carrer per cridar l’atenció. El Comissariat ja ho feia l’any 1937. Quan anunciaven les pel·lícules

soviètiques que importaven, ho anunciaven al carrer. Per a *Els Mariners del Kronstadt*, van posar un tanc gegant al mig del carrer a Barcelona. Es veu modernitat i ganes d'innovar i cridar l'atenció.

Per què decideixen fer de la cultura una de les eines principals?

És una política transversal a la Generalitat Republicana. Al Comissariat li va molt bé utilitzar la cultura com a element cohesionador intern. A l'exterior els serveix per projectar la singularitat i la identitat catalana. Ja sigui amb representacions folklòriques com la sardana o música, com la cobla. Organitza dues gires de la Cobla Barcelona per tot Europa. Per donar a conèixer la música i recaptar fons, però també per dir que som diferents i tenim aquesta singularitat.

El comissariat no només feia propaganda del que es feia a Catalunya i la Generalitat, sinó a tota la zona republicana. Per tant, podríem dir que va actuar com un organisme d'un Estat. Hi havia unes 350 persones treballant-hi. Recuperar-ne els noms és una feina de formigueta que he fet pel llibre.

Entre els noms que recull hi ha Rodoreda. Quin paper hi té?

Mercè Rodoreda era correctora de català dins el Comissariat de Propaganda. No només ella, també hi era Joan Oliver i més. Hi eren els millors disponibles a la reraguarda. Té una pedrera de gent treballant molt important. Als EUA durant la Primera Guerra Mundial creen un comitè de propaganda important on treballen periodistes com Walter Lippman o el pare de les relacions públiques Edward Bernays durant la guerra. Quan s'acaba la guerra, apliquen els seus coneixements en temps de pau. La meua pregunta és com s'hauria aplicat el coneixement del Comitè de Propaganda en cas d'una victòria republicana.

Els diferents partits i sindicats que són part del Comitè, cooperen o competeixen pel seu control?

Pel que he vist a la documentació, sembla que hi ha una relació cordial. Els uneix la unitat antifeixista. S'intenta donar una imatge de cooperació. Com en qualsevol govern de coalició, hi ha un part comuna i una diferent. Hi ha una part de competició perquè les prioritats a la guerra no eren les mateixes. En uns predominava guanyar la guerra i per altres la revolució. D'aquí els fets de maig, també.

Després dels fets de maig se sosté la cooperació?

Després, el delegat del POUM hauria marxat. Des del comissariat hi ha un doble relat i s'intenta passar per sobre dels partits. Tenen una concepció molt de comunicació institucional. Després dels fets de maig, el Govern de la República no és un amic. S'aprofita de la Generalitat i cada vegada intenta laminar competències. El concepte de Catalunya i la unitat de Catalunya, és un concepte que es manté fins al final de la Guerra. A partir de 1938, quan els franquistes entren a Lleida, que no hi ha molta cosa bona a explicar, el tema és sobretot Catalunya, els herois catalans, grans gestes de la història...

Creu que l'estudi del Comissariat de Propaganda pot ser útil per al moment actual?

Penso que és la llavor de la comunicació política institucional a Catalunya. Mai abans s'havia fet un organisme semblant i mai després s'ha tornat a reproduir. No només fa la comunicació, sinó que ho vol aglutinar tot. Això seria estrany al segle XXI per la manera que tenen els Governos de comunicar. Algunes de les tècniques de la 1a Guerra Mundial es reinventen, s'utilitzen a la Guerra Civil i després es fa servir en altres guerres. Com la propaganda de les atrocitats, explicar les desgràcies que fa l'enemic. Això té molt èxit a la Primera Guerra Mundial. Amb la Guerra Civil això es pot ensenyar amb fotografies i pel·lícules. No va destinat al públic domèstic, sinó a nivell internacional per no minar la moral. Ho veiem ara a la Guerra d'Ucraïna. Al final, s'explica tot el mal i destrucció que fa l'enemic.

Quina influència té el comissariat en el decurs de la guerra?

És un organisme molt influent. Crec que és el somni de qualsevol polític. Té molt pressupost per fer coses i via directa amb el màxim dirigent i capacitat de decisió i influència interna. És molt difícil avaluar les conseqüències després de 85 anys. Però, tot apunta a que va tenir molta influència. La gent el tenia en bona consideració. Fins i tot els franquistes, un cop acabada la guerra, també el lloen. L'homòleg de Miravittles al bàndol franquista, Dionisio Ridruejo, va deixar escrit a partir de les impressions de passar el 1939 pel despatx de Miravittles: "A simple vista es veia que els mitjans de propaganda republicana havien estat molt superiors als nostres i la seva assistència intel·lectual molt més extensa, valuosa i organitzada". El falangista José Maria Fontana va valorar l'aportació de la publicitat a la propaganda del Comissariat: "Miravittles es va moure molt i va tenir grans encerts des del punt de vista de la tècnica publicitària, basada en el profund coneixement del fang psicològic que manejava". I, el ministre d'Informació franquista Manuel Fraga també va titllar de "molt interessant" l'actuació de Miravittles.