

'Aixafem el feixisme'

En esclatar la Guerra Civil, la Generalitat crea el major centre d'informació i propaganda que ha tingut mai Catalunya. Es tracta del Comissariat de Propaganda (ubicat a l'Avinguda 14 d'abril -l'actual Diagonal- que aleshores pertanyia a Gràcia), un organisme sense precedents que neix amb l'objectiu que la veu institucional del govern català no quedi sepultada entre la propaganda franquista i la del govern de la República. Fruit de molts anys d'investigació, la periodista graciencina Ester Boquera reconstrueix l'esforç ingent que va fer aquesta institució pionera, que va utilitzar les tècniques publicitàries més innovadores per lluitar contra el feixisme i defensar les polítiques de progrés social i les llibertats democràtiques i nacionals. Aquest apassionant relat descobreix com la Generalitat, conscient de les necessitats de cada moment, va anar modulant la seva estratègia comunicativa per adaptar-la al batec de l'opinió pública i als esdeveniments socials, polítics i militars. Jaume Miravittles va liderar l'equip multidisciplinari i políticament plural que ho va fer possible. Aquest llibre també recupera més de 300 noms de persones que hi van treballar.

Amb l'esclat de la Guerra Civil, tant el bàndol republicà com el franquista van organitzar aparells de propaganda per difondre la seva versió dels fets, la seva veritat. La persuasió va jugar un paper fonamental en aquest conflicte bèl·lic degut al caràcter ideològic de la lluita i, en aquest sentit, la propaganda va convertir les paraules, les imatges o els símbols en poderoses armes de guerra. A Catalunya, Jaume Miravittles es va adonar ben aviat de la necessitat que la Generalitat disposés d'un servei de propaganda governamental per tal que la veu institucional catalana no quedés sepultada entre la propaganda franquista i la del Govern de la República. Amb aquest objectiu naixia l'octubre de 1936 el Comissariat de Propaganda, una institució sense precedents a Catalunya.

Els esforços del Govern català en matèria propagandística, tant per al consum intern com per a l'àmbit internacional, es van centrar en aquest organisme modern i innovador, que es va mantenir actiu fins pocs dies abans que acabés la guerra. El Comissariat de Propaganda va ser un exemple de resistència de les institucions catalanes que, fins al darrer moment i amb tot en contra, va esforçar-se per lluitar contra el feixisme i defensar les polítiques de progrés social i les llibertats democràtiques i nacionals.

La preservació de la cultura era un dels fars principals que guiava la propaganda del Comissariat i l'aposta ferma que en feia tenia un sentit ampli. Per al públic domèstic esdevenia un element cohesionador davant l'amenaça del totalitarisme feixista i la laminació de l'autogovern per part del Govern de la República. És per aquest motiu que el rerefons cultural era omnipresent en les seves accions propagandístiques. No es tractava només d'una qüestió estètica, sinó també d'acció cultural, que es veia materialitzada en expedicions artístiques i en una prolífica producció editorial de llibres, butlletins multilingües, opuscles, auques i postals, entre d'altres. De cara enfora, la cultura era un important element de projecció exterior. En un primer moment servia per contrarestar la imatge dels excessos comesos els primers dies del conflicte bèl·lic i mostrar els treballs per salvar el patrimoni artístic i cultural susceptible de ser destruït, però també per entrar en la batalla mental de la civilització.

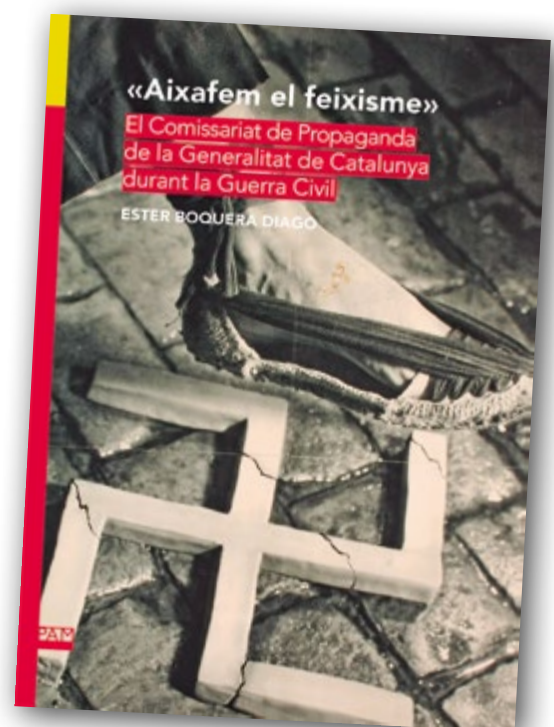
En la batalla de la propaganda, que indestruïblement es va disputar en paral·lel a la de les armes, el Comissariat es va caracteritzar per desenvolupar un estil propagandístic propi, diferenciat de la propaganda del Govern de la República i, sobretot, allunyat de les formes de propaganda franquistes supervisades en última instància pel poder militar. Si bé el bàndol insurrecte es va emmirallar en l'experiència persuasiva de l'Alemanya nazi i la Itàlia de Mussolini, la propaganda de l'executiu republicà espanyol va estar marcada en termes generals per les directrius del Partit Comunista

durant bona part de la guerra. En canvi, el model propagandístic del Comissariat era en bona part d'inspiració publicitària des del moment que utilitzava les tècniques més avançades i suports propis del terreny comercial, reservats fins aleshores per anunciar empreses i els seus productes. En aquest sentit, la modernitat del Comissariat de Propaganda venia donada per l'aplicació dels coneixements teòrics i l'experiència pràctica en el terreny de la publicitat que Catalunya, amb Barcelona com a pal de paller, conreava amb gran excel·lència des de feia dues dècades.

Tot i que va denunciar amb imatges impactants els estralls que produïen els bombardejos feixistes, el seu estil es basava fonamentalment en una propaganda positiva, que més enllà d'encongir cors els volia atraure. Pretenia mostrar el bo i millor de Catalunya i projectar la imatge d'un poble, el català, com a pacífic, treballador i unit. Una propaganda de llum en què els símbols patriòtics, els prohoms i les efemèrides estaven a l'ordre del dia, en una combinació brillant de persuasió massiva amb una altra de personalitzada i adreçada a les elits, sobretot als líders d'opinió internacionals que amb les seves paraules podien exercir d'altaveus i influir en l'opinió pública mundial.

Dependent de la Presidència de la Generalitat, capitanejada per ERC, va ser un organisme políticament plural, amb representants del PSUC-UGT, la CNT i el POUM. En crear-se reproduïa a petita escala el govern de coalició que en aquell moment manava. Entre els noms d'aquells que hi van treballar o col·laborar hi trobem persones de totes les tendències polítiques. L'anarquista Eusebi Carbó feia el 1937 una definició molt encertada de l'esperit del Comissariat quan el qualificava com «l'equilibri polític entre els diversos sectors que integren el bloc antifeixista». Tot i això, va ser objecte de desig per part de la CNT i, sobretot, del PSUC, que durant els anys de la guerra el va intentar controlar en diverses ocasions. La seva propaganda no va passar desapercebuda per les institucions d'un bàndol i de l'altre, ans al contrari, era vigilada per part del Govern de la República. Els franquistes també eren coneixedors de la seva activitat, que en algunes ocasions replicaven i, en d'altres, els servia d'inspiració per a la seva propaganda.

Era un organisme en què, d'entrada, es dipositaven unes grans expectatives, ja que es va crear no només pensant en el moment immediat, sinó també per assentar les bases d'una institució propagandística oficial per a una Generalitat en temps de pau, un cop la victòria republicana posés fi a la guerra. En definitiva, el Comissariat de Propaganda va esdevenir un actor singular i imprescindible per entendre la batalla que es va lliurar en el terreny de les percepcions, en allò en què es creia i que es volia fer creure. Aquesta és una crònica sobre els esforços enormes de la Generalitat per fer sentir la seva veu a través del major centre de propaganda que ha tingut mai Catalunya.



biografia



Ester Boquera és periodista i doctora en Comunicació per la Universitat Ramon Llull (URL). Ha estat guardonada per l'Institut d'Estudis Catalans amb el Premi de Comunicació Social per la seva recerca sobre la propaganda de la Generalitat durant la Guerra Civil. És professora associada a la URL i treballa en l'àmbit de la comunicació institucional. Ha estat comissària de la primera exposició sobre el Comissariat de Propaganda de la Generalitat (Palau Robert) i de l'exposició *El DOGC en la història* (2007). Autora del bloc sobre comunicació i memòria comissariatdepropaganda.cat i coautora dels llibres *Els Català: fotògrafs d'un segle* (2021); *Living the death of democracy in Spain: the Civil War and its aftermath* (2015) i *La revolució del bon gust* (2006).