

Inici / Actualitat / Història

‘Aixafem el feixisme. El comissariat de la Generalitat de Catalunya durant la Guerra Civil’, d’Ester Boquera Diago

per Francesc Viadel

Història

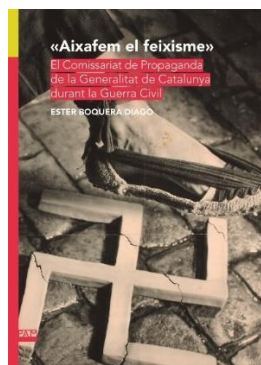
Dissabte, 23 de setembre de 2023 - 00:00h



Ester Boquera Diago

Sens dubte, el cartell Aixafem el feixisme, de Pere Català i Pic, concebut com una arma de propaganda al servei de la República durant els primers anys de la Guerra Civil ha aconseguit perdurar en el temps com a símbol. Segons l'autor, el cartell –innovador i un dels primers fets exclusivament en fotografia i amb la tècnica del fotomuntatge– havia de servir per matar el falangisme tot i que al final es va convertir en un arma per matar el nazisme. Un dels cartells més icònics de la guerra de la propaganda, havia estat concebut, no per un cartellista, sinó per un publicitari de primera línia en l'avantguarda fotogràfica de Catalunya. El cartell va ser mostrat en una de les escenes de la pel·lícula d'André Malraux, *L'Espoir* i el fotògraf i escriptor soviètic Ilià Ehrenburg mateix en va fer referència en un dels seus articles.

No va ser l'únic èxit del Comissariat de Propaganda, un organisme sense precedents ni a Catalunya ni a Espanya, dirigit per Jaume Miravittles, que depenia de la Generalitat en mans de ERC, però amb representants del PSOE-UGT, la CNT i el POUM.



La institució, engegada en una data tan significativa com el 6 d'octubre de 1936, va tenir d'altres fites molt reeixides, com ara l'elaboració de l'estatueta de l'escultor Miquel Paredes El més petit de tots, de la qual es van vendre milers de còpies —també de falsificacions— i que fins i tot va ser copiada pel bàndol feixista. També la figureta va sobreviure al temps i la dictadura franquista per a renàixer durant els anys de reivindicació autonòmica i, encara, durant els del pols de Catalunya amb l'Estat per assolir la independència.

No cal dir que darrere d'aquestes fites hi va haver un treball i una planificació excepcional. El Comissariat va nàixer inspirat per tot de noves teories que anaven molt més enllà de la propaganda i amb la idea de perdurar una vegada acabés la guerra. El disseny de l'organisme va anar a càrrec d'un veterà —malgrat la seua joventut— com era Jaume Miravittles. Militant d'ERC després d'haver passat per Estat Català i pel Bloc Obrer i Camperol (BOC) i un dels integrants més joves de l'exèrcit de Francesc Macià que havia d'envair Catalunya en el què es coneix com els Fets de Prats de Molló. Així mateix, havia participat en el complot del Garraf o intent de regicidi d'Alfons XIII i en la revolta del 6 d'Octubre del 34.

Miravittles va comptar amb tot el suport del president Lluís Companys i del conseller Josep Tarradellas i amb un equip excepcional format per unes 300 persones, amb especialistes de diversos àmbits professionals, que va arribar a desenvolupar la seua tasca també a nivell internacional. L'avalava la seua experiència en l'organització de l'Olimpíada Popular del 36 i una capacitat excepcional per entendre el comportament de les masses enmig d'una època de revolució tecnològica i de les arts. Fins i tot, ja preveia la utilització de la televisió com a possible instrument de propaganda.

l'èxit del Comissariat es va deure a la utilització dels nous suports i tècniques de la publicitat posades al servei de la propaganda. Boquera recorda que Catalunya fou el bressol de la publicitat a l'estat, “una potència publicitària abans de la rebel·lió militar”

La periodista i doctora en Comunicació autora d'aquest magnífic assaig històric, Ester Boquera (Martorell, 1978), subratlla com l'èxit del Comissariat es va deure a la utilització dels nous suports i tècniques de la publicitat posades al servei de la propaganda. Boquera recorda que Catalunya fou el bressol de la publicitat a l'estat, “una potència publicitària abans de la rebel·lió militar”. Fet i fet, “Vivia una època d'efervescència creativa, amb professionals experimentats en aquest camp i amb una base teòrica pròpia i pionera sobre la tècnica publicitària. La professió publicitària acumulava sis dècades d'experiència i dues de teoria publicitària. El primer centre d'anuncis de l'Estat el va obrir Rafael Roldós a Barcelona a finals del segle XIX, i anys més tard, el 1915, la ciutat comtal també era l'escenari de les primeres lliçons sobre aquesta disciplina. Les impartia Pere Prat Gaballí, considerat el pare de la publicitat a Catalunya i a l'Estat dins els estudis d'ensenyament mercantil a la Cambra de Comerç i Navegació de Barcelona”.

Al comissariat treballaren grans pioners d'aquest àmbit com ara Rafael Bori o Pere Català Pic —pare de Francesc Català Roca, fotògraf del celebrat cartell contra el feixisme.

Precisament, Català Pic, fotògraf publicitari amb clients com ara Ford, Myrurgia, Anís del Mono o Xocolata Juncosa, va dissenyar per al Comissariat un Pla de campanya publicitària per a la formació d'una psicosis instauradora de la Nova Iberia, “un gràfic d'estètica molt avantguardista que recull mig centenar d'instruments propagandístics, dividits segons la seva tipologia, amb noms grecs i llatins tan suggeridors com ara *grafa, plàstic, kino, aero, post, fono, lux* i *tele*”.

el Comissariat va emprar tècniques de psicologia en el procés de creació publicitària “per preveure les respostes de la gent i adaptar la comunicació”. “En aquest cas —explica Boquera— la psicologia pretenia dotar la propaganda d'una base científica, de la mateixa manera que els publicistes la implementaven a la publicitat.”

Al capdavant, el Comissariat va emprar tècniques de psicologia en el procés de creació publicitària “per preveure les respostes de la gent i adaptar la comunicació”. “En aquest cas —explica Boquera— la psicologia pretenia dotar la propaganda d'una base científica, de la mateixa manera que els publicistes la implementaven a la publicitat.” Català Pic combregava totalment amb aquest plantejament quan assegurava que “la ciència psicològica al servei de la publicitat facilita dades tan vastes com matemàtiques”; així, “analitzant bé els factors psicotècnics de cada cas, el publicitari pot fer-se ben bé càrrec de les reaccions produïdes”.

L'autora s'interroga sobre com s'hauria pogut aprofitar d'haver guanyat la guerra el bàndol republicà tota l'experiència del Comissariat, una institució propagandística –afirma– “equiparable a la d'un estat –tant per l'abast d'actuació i les dimensions com pels temes que va tractar”.

Aquest llibre, d'un enorme interès –amb un curiós recopilatori d'imatges–, és fruit d'una tesi doctoral dirigida per Enric Marín i ve avalat per la trajectòria professional i acadèmica de la seua autora. Boquera ha estat la comissària i documentalista de la primera exposició que s'ha fet sobre el Comissariat de Propaganda (Palau Robert, 2020-2021, *Aixafem el feixisme*. Amb anterioritat, el 2007, va comissariar i documentar l'exposició virtual *El DOGC en la història*, posant a l'abast del públic per primera vegada els exemplars del Diari Oficial editats durant la Segona República i l'exili.

És coautora dels llibres *Els Català: fotògrafs d'un segle* (Departament de Cultura, 2002); *Living the death of democracy in Spain: the Civil War and its aftermath* (Routledge-University of Glasgow, 2015) i *La revolució del bon gust* (Viena, 2006).

Boquera és professional en l'àmbit de la comunicació institucional i professora de la Facultat Blanquerna de la Universitat Ramon Llull. A més, és autora del blog sobre comunicació i memòria, comissariatdepropaganda.cat.

Viadel, Francesc (23/09/2023). '*Aixafem el feixisme. El comissariat de la Generalitat de Catalunya durant la Guerra Civil*', d'Ester Boquera Diago. La Veu dels llibres. Revista d'informació i crítica literària. Extret 26/19/2023.

http://www.laveudelsllibres.cat/noticia/91800/aixafem-el-feixisme-el-comissariat-de-la-generalitat-de-catalunya-durant-la-guerra-civil-d?utm_source=twitter&utm_medium=social-media&utm_campaign=addtoany