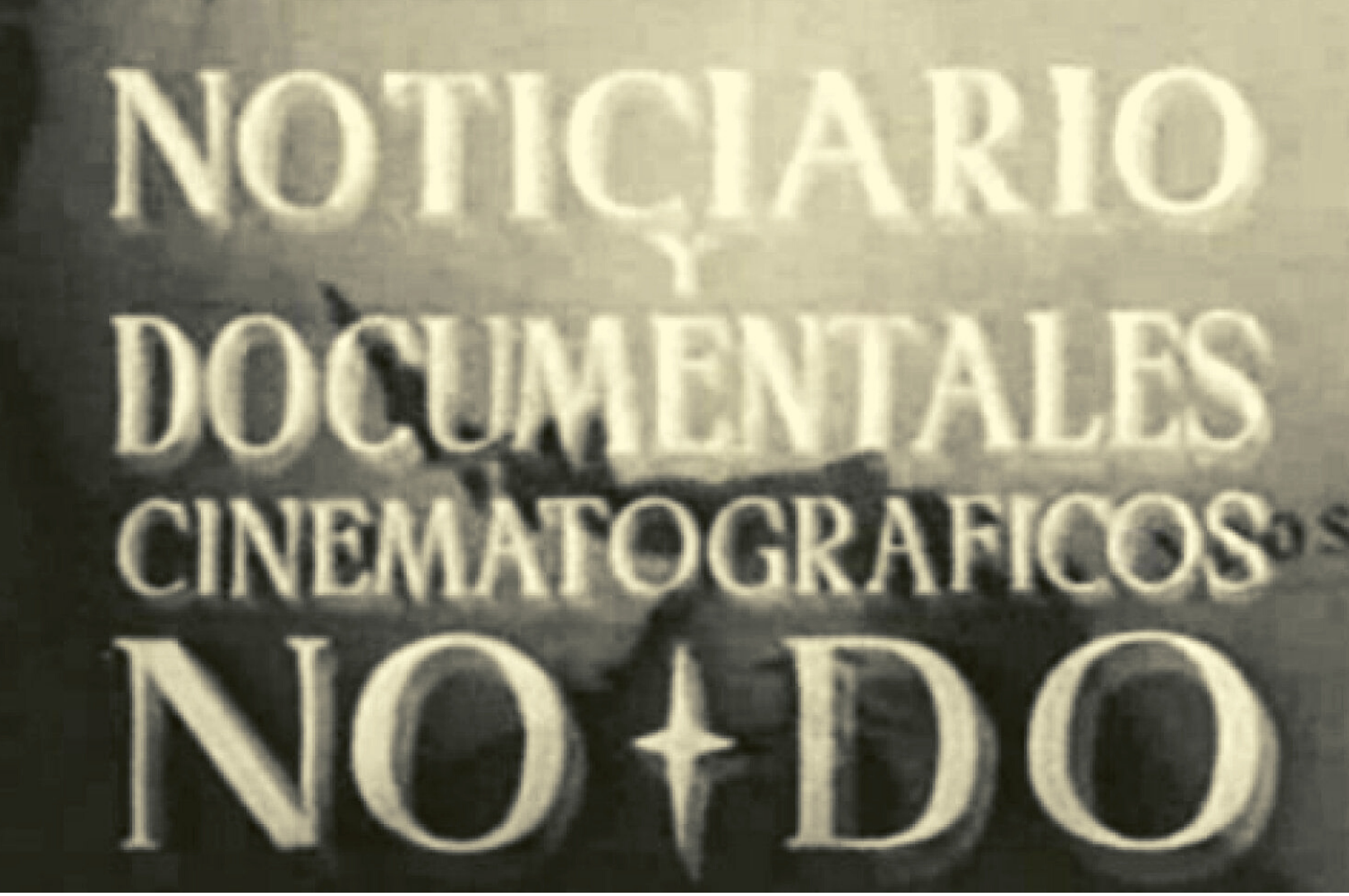


# EL SIGLO XX ESPAÑOL, UNA HISTORIA SOBRE LA PROPAGANDA

**EDUARDO G. VEGA**

Profesor UCJC, consultor político CIGMAP (@eduardoglezvega)

***"La propaganda es uno de los más poderosos instrumentos en el mundo moderno".***
**Harold Lasswell**

Las cosas cambian menos de lo que pensamos y evolucionan más de lo que parece. El estudio de la propaganda nos ayuda a entender mejor esta afirmación, ya que analizando algunas investigaciones y declaraciones de grandes autores sobre el tema podemos observar que siguen vigentes a día de hoy, pese a que están fechadas hace décadas. Permanecen igual en el fondo, habiendo evolucionado en la forma.

La propaganda se diseña de forma deliberada porque siempre tiene el objetivo de persuadir. Se trata de tener influencia sobre los

receptores, sabiendo que esa influencia puede llegar a ser mucho más poderosa que la autoridad. Para que este objetivo se consiga debemos tener claro que sucederá por conocer cómo funciona nuestro cerebro, algo muy bien definido por Daniel Kahneman en *Pensar rápido, pensar despacio*, donde nos confirma que el ser humano primero siente y después piensa, pero piensa sobre aquello que nos han hecho sentir. Por tanto, la propaganda influye emocionalmente para que los ciudadanos crean que piensan por sí mismos. Un buen ejemplo sobre el estudio de la propaganda es un recorrido por el siglo XX español.

***"Si el adoctrinamiento está bien conducido, prácticamente todo el mundo puede ser convertido a lo que sea".* Aldous L. Huxley**.

El siglo XX comenzaba con el declive del Imperio español vivido a raíz de la guerra contra EEUU en 1898, que significaba la pérdida de Cuba y posteriormente de Puerto Rico, Filipinas y Guam. La propaganda fue clave en este episodio histórico gracias a la influencia que generaban los periódicos norteamericanos. Estos diarios, principalmente dirigidos por William Randolph Hearst y Joseph Pulitzer, competían entre sí por vender el mayor número de ejemplares y el clima tenso que generaban entre españoles y cubanos ayudaba a mejorar sus objetivos. En este sentido, es famoso el episodio por el que Hearst envió a La Habana a F. Remington para ilustrar la guerra en Cuba, existiendo telegramas en los que el dibujante indicaba que "no habrá guerra, quiero volver", con la respuesta del magnate indicando "usted suministre las ilustraciones y yo suministraré la guerra". Después se produjo el hundimiento del Maine, episodio turbio de causas aún hoy sin esclarecer, y a partir de ahí se vivía el Desastre del 98, claramente propiciado por acciones propagandísticas de los principales editores de periódicos estadounidenses. El siglo continuó con crisis política e institucional gracias a episodios históricos importantes como la neutralidad en la Primera Guerra Mundial (1914-1918), la pandemia de gripe española (1918), el Desastre de Annual (1921) y la dictadura de Primo de Rivera (1923-1930), todos ellos con la monarquía (que no siempre reinado) de Alfonso XIII. Después llegó el siguiente punto de inflexión propagandístico, la II República.

***"La propaganda es el arte de convencer a otros de algo en lo que no se cree".* Abba Eban**.

Entre 1931 y 1936 se vivía una gran polarización política, algo que siempre genera

que el poder intente conseguir desesperadamente la legitimación social del régimen, para lo cual se utiliza la propaganda. Para conseguirlo se produjeron cambios en los símbolos nacionales, como la bandera tricolor o el Himno de Riego, y también se introdujeron novedades políticas. Estas fueron la utilización de la participación ciudadana (Dolores Ibárruri decía que "el poder del estado residía en las calles"), el desarrollo de las colectividades, la búsqueda de apoyo entre los intelectuales para generar influencia en el debate social, la celebración de congresos y eventos internacionales (diplomacia pública) y el impulso en el mundo de la cultura y el arte. La propaganda evolucionó en la II República con la utilización de herramientas vigentes a día de hoy. Después llegó la guerra.

De 1936 a 1939 España vivió su Guerra Civil, con un país dividido y un entorno de emoción pura, un terreno ideal para la utilización de la propaganda. Existían distintos públicos objetivos, ya que además de los bandos contendientes estaban la ciudadanía en general y la opinión pública internacional. En este conflicto se utilizaron recursos como la información falsa (buscando confundir al enemigo y animar a las tropas mientras se influía en el exterior), los medios de comunicación de masas pasaron a ser más propagandistas, introduciendo la radio como novedad. Además, durante la guerra se recurriría a herramientas como el lenguaje (con recordados eslóganes como el "No pasarán"), la introducción de la cartelería y el desarrollo de pintadas y murales en el aspecto gráfico, y la utilización de los altavoces instalados en vehículos que circulaban lanzando mensajes políticos por todo el país. Por otra parte, la Guerra Civil desarrolló los eventos locales, como desfiles, homenajes y la celebración de festejos populares y fiestas religiosas. Una época digna de estudio, definida por Alejandro Pizarroso como "un hito en la historia de la propaganda".

La dictadura del general Francisco Franco fue el siguiente episodio, entre 1939 y 1975, en el que fueron claves técnicas propagandísticas buscando influencia a través de la educación y la religión. Por otro lado, al igual que en la II República, se buscaba la legitimación del régimen y se cambiaron símbolos nacionales de nuevo (la bandera, el escudo o la moneda, entre otros). Se pasó a perseguir el control de la información, con una férrea censura vigilada por el Ministerio de Información y Turismo, popularmente conocido como "Ministerio de la Propaganda", buscando persuadir a través de los medios de comunicación y el cine, destacando aquí la utilización del NO-DO (Noticiario Cinematográfico

Español, un auténtico icono de la época). También se introdujo en la dictadura la propaganda a través del deporte, relacionando los éxitos en este ámbito con el régimen, siendo habituales los actos de los protagonistas en recepciones oficiales con Franco.

***"La propaganda es a una democracia lo que la coerción a un estado totalitario"*. Noam Chomsky**

El siguiente episodio fue la Transición, entre 1975 y 1982, que puede ser considerado menor en cuanto al uso de la propaganda, aunque no sea cierto. Es diferente y muy interesante. Aquí los medios de comunicación empezaron a buscar sus propios objetivos con fines comerciales y políticos y se expande el uso doméstico de la televisión, siendo un instrumento decisivo en la vida informativa de los españoles (y por tanto en su generación de opinión). El movimiento sindical vive momentos dorados, ejerciendo una notable presión e influyendo en la legislación, y políticamente se desarrolla el Estado de las Autonomías, donde se potencian las lenguas oficiales y el control sobre la educación. Otro hito es la implicación artística del momento, con elementos como la canción protesta (de artistas como Luis Eduardo Aute o Víctor Manuel, entre muchos otros), el cine (José Luis Garci, Luis García Berlanga, etc) y hasta la famosa "Movida madrileña", un movimiento contracultural alimentado por los nuevos poderes públicos. Y sin obviar el intento de golpe de estado del 23-F, en 1981, después llegaría la victoria socialista de 1982, que se apoyaría también en estas nuevas formas de influencia.
Esta etapa, desde 1982 hasta hoy, podemos dividirla en dos partes, siendo el cambio en el momento en el que se empieza a consumir información de forma diferente gracias a internet y al desarrollo de la tecnología. En ambas, se mantienen las pugnas por el control de la lengua y la educación, se diseña un desplazamiento de la religión, pierden fuerza los sindicatos y la ganan los movimientos sociales, ejerce una notable influencia política el "aparato" creado en el sector público, la calle sigue siendo un recurso habitual con las manifestaciones y se mantiene el desarrollo de los medios de comunicación, apareciendo las nuevas luchas en redes sociales y una tendencia, de nuevo, a la polarización.

Por todo ello, el siglo XX español nos enseña que ha habido más evolución que cambio, y es un caso interesante para conocer una historia sobre la propaganda. Hay muchas más, y las que vendrán.