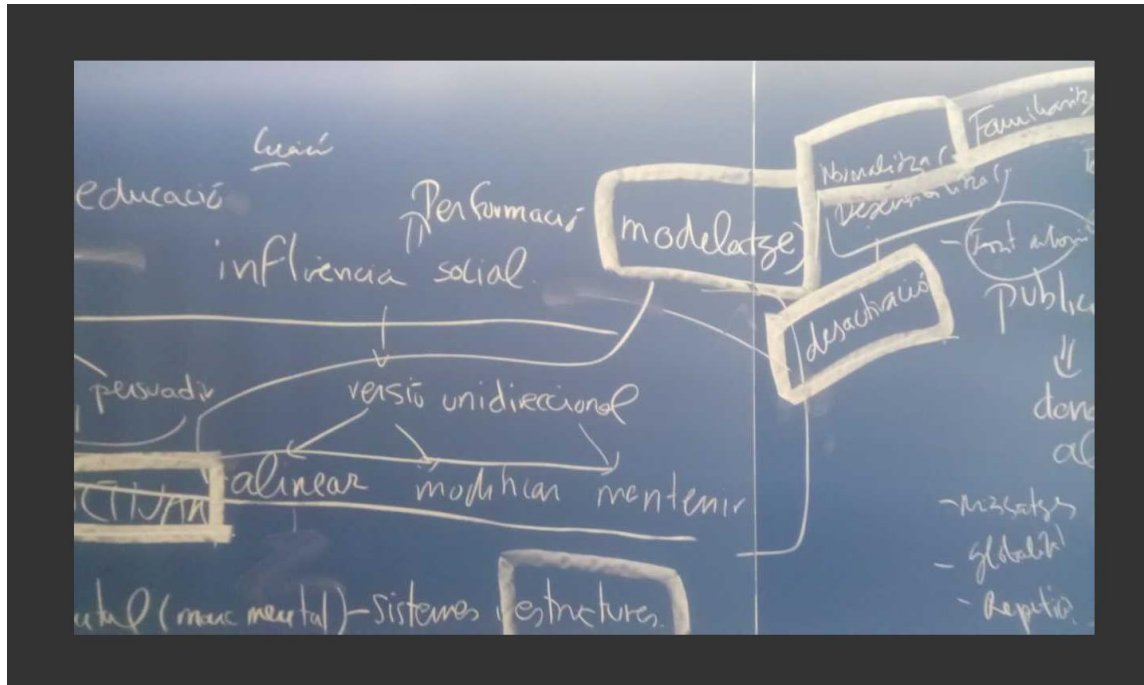


## La propaganda en els documentals i noticiaris del franquisme.

Equip ARAEF



The documentary impulse, in the sense I am grappling with here, is about human experience in all its range and complexity. Documentary value lies in an honest striving to describe the world around us, without the overt intent to sell a political ideology (propaganda) or a commodity (advertising).

P. 21. FRANKLIN, Stuart. 2016, *The Documentary Impuls*. London-New York: Phaidon

Pensar els documentals i noticiaris del franquisme ens aparta certament del concepte de la documentació honesta per incidir en el concepte de documental propagandístic i publicitari. Aquest és justament un d'aquells casos en que tenen més importància els termes de propaganda i publicitat que el de documentació. Assajant d'aprofundir en els conceptes, el seminari del dia 2 de març va generar les següents discussions i explicacions.

Rere el concepte de propaganda apareixen diferents nocions que tenen com a eix la [influència social](#)<sup>1</sup> [performativa](#)<sup>2</sup> que es deriva de l'acció d'estendre un imaginari, una idea o una pràctica

<sup>1</sup> Pilar Prat: La propaganda és una forma d'influència social que té com a objectiu oferir una versió unidireccional amb la finalitat d'alinear l'actitud de les persones en la mateixa direcció.

<sup>2</sup> Raquel Cercós: La proposta de Ricoeur (Educación y política) possibilita, al meu entendre, una millor comprensió de les funcions que se li poden atribuir a un concepte (performatiu) com és el d'ideologia. Partint de la idea que l'existència de diverses ideologies es deu al caràcter ambigu de la simbolització (la necessària explicació a través d'imatges) de la inaprensible realitat, Ricoeur determinarà que: La societat, en cada època, determina una visió del món que s'expressa a través d'una estructura simbòlica i que és

amb la intenció de modelar imaginaris col·lectius en base a oferir [de manera reiterada una versió unidireccional](#)<sup>3</sup> sobre supòsits i realitats, cosa que implica una selecció prèvia de continguts (criteris ideològics en comptes de documentals) que, per mitjà d'una determinada manera de presentar-los emet sempre un missatge de forma directe: les bondats romanen en el nostre bàndol i, en l'altre, tot el contrari. Entre les nocions en discussió que associem a la propaganda, destaquem els verbs de [difondre, convèncer i persuadir](#)<sup>4</sup> que es mobilitzen amb la finalitat d'[activar](#)<sup>5</sup> una predisposició a realitzar determinades pràctiques socials, propostes d'organització o opcions ideològiques a partir de la voluntat d'imposar un determinat [esquema mental](#)<sup>6</sup> que dona pautes sobre les formes "vàlides" de [concebre, sentir i actuar en el món](#)<sup>7</sup>. Entre aquestes pautes n'hi ha de destinades a [mobilitzar](#)<sup>8</sup>, a [modificar](#)<sup>9</sup> i d'altres a [paralitzar](#)<sup>10</sup> la ciutadania, però també la de convèncer sobre la [legitimitat](#)<sup>11</sup> de les propostes que emergeixen del poder. Es podria afegir que la propaganda té la voluntat d'arribar a tot el conjunt de la població per situar quin és l'esquema oficial i a on roman la centralitat de la vida política i social. Per la qual cosa, tot allò que queda el marge en forma d'oposició, que és l'espai en què la propaganda no ha pogut fer realitat la seva finalitat que és la de convèncer de les bondats del règim, forma part de la segona estratègia d'acció que és la repressiva (règim policial).

---

en aquest pla del simbòlic on el poder opera per legitimar-se (Weber), gràcies a les possibilitats d'integració o cohesió (Geertz), i de manipulació, deformació o perversió (Marx).

<sup>3</sup> Pilar Prat: Una idea repetida mil vegades no serà més veritat, però probablement ens serà més familiar, i per tant molt més fàcil de creure

<sup>4</sup> Núria Padrós: a propaganda és un mitjà per a difondre idees que convencin i persuadeixin a les persones amb l'objectiu de modificar les seves actituds, valors o conductes cap a un determinat tema o objecte.

<sup>5</sup> Resultat de la discussió en el seminari realitzat el dia 2 de març de 2018

<sup>6</sup> Anna Gómez: La [propaganda configura esquemes mentals ajudant-se i reforçant un costum de pensament \(per exemple, el costum de pensament tradicional d'occident és el pensament binari –que sovint ha donat lloc a l'ús de les dicotomies excloents per organitzar el món, o el pensament de lògica lineal\).](#)

<sup>7</sup> Eulàlia Collelldemont: diferents eines propagandístiques que, buscant transmetre unes idees sobre el món, una comprensió de la realitat concreta i uns models determinats en el fer i en el comportar-se, configuraren un corpus que esdevenia el món de la vida pensable pels ciutadans de l'època

<sup>8</sup> Resultat de la discussió en el seminari realitzat el dia 2 de març de 2018

<sup>9</sup> Resultat de la discussió en el seminari realitzat el dia 2 de març de 2018

<sup>10</sup> Núria Padrós: També la propaganda, especialment en els règims totalitaris, pot ser un instrument de repressió

<sup>11</sup> Resultat de la discussió en el seminari realitzat el dia 2 de març de 2018

El procés propagandístic es conforma a partir de processos de [formació d'actituds](#)<sup>12</sup>, [familiarització](#)<sup>13</sup>, [dessensibilització](#)<sup>14</sup>, [normalització](#)<sup>15</sup> i [modelatge](#)<sup>16</sup> ja sigui a partir de [l'exposició](#)<sup>17</sup>, aportant "evidències fàctiques" (reals o no), donant a conèixer i publicitant alguna cosa, establint connexions entre "els possibles" o entre causes i conseqüències o, també, incidint en la indefensió apresada. Aquests processos de formació d'actituds, familiarització, dessensibilització, normalització i modelatge es perfilen com a [dispositius que es posen en marxa en funció de les intencionalitats -o finalitats- de la ideologia que els utilitza](#)<sup>18</sup> en funció de les polítiques i ideologies, tot utilitzant com a mitjans la publicitat, la contra-publicitat o desviacions de l'atenció.

Si bé la propaganda ha estat sempre present en les produccions al llarg de tota l'època contemporània, [les polítiques propagandístiques](#) vinculades als ens públics són pròpies del segle XX. Els diferents règims establerts (des de les democràcies, repúbliques com règims autoritaris i d'ocupació) han establert línies propagandístiques concretes. No en va, els diferents poders dominants han establert línies definides i deliberades sobre què es propaga i com es propaga. En contextos de [totalitarisme \(actualment dits populismes\)](#)<sup>19</sup>, aquest control és més evident i més explícit i sempre s'associa al [binomi convèncer-vèncer o l'ús de les paraules i els tancs](#).<sup>20</sup> En podem localitzar argumentacions sobre la necessitat d'exercir de manera ferma aquest control. Així s'expressava des de les arrels del franquisme:

«Se ha dicho que la propaganda es tan indispensable al Estado de nuestro tiempo como puedan serlo los fusiles o los ejércitos permanentes. Y es que la propaganda no ejerce, exclusivamente, la función de enderezar conciencias y convencer a los no creyentes de una determinada ideología política. Ha de creerse, más bien, que la misión clave de toda propaganda consiste en mantener viva en la conciencia de las gentes la perduración de unos determinados ideales (...) Quiere decirse con esto que si la propaganda, sirviéndose de sus medios plásticos, escritos o auditivos, no llega a cosechar resonantes éxitos en el sentido de la convicción, logra, sin embargo, este fruto

---

<sup>12</sup> Pilar Prat: Entenem com actituds, des de la psicologia social, com a reaccions avaluadores, positives o negatives cap algú o cap alguna cosa (l'objecte actitudinal).

<sup>13</sup> Pilar Prat: L'efecte de la "mera exposició" ens fa sentir com a "nostres" coses, fets, idees que mai ens havíem plantejat. De fet, molt sovint, quan es vol que algú accepti alguna cosa, li has d'anar presentant "mica a mica", de manera que quan es planteja la disjuntiva, ja hi estigui familiaritzat i no ho vegi com alguna cosa nova.

<sup>14</sup> Pilar Prat: El què és nou, sovint ens espanta, perquè ens exposa al desconegut, i el desconegut pot tenir conseqüències negatives, i en el pitjor dels casos catastròfiques. També ens podria portar a conseqüències bones, però no paga la pena que ens hi juguem tant, per una conseqüència bona si també ens pot sortir un desastre total. L'avaluació de costos/recompenses ens torna conservadors a la majoria. Darwin diria que senzillament és supervivència: millor assegurar que sobrevivim que no pas que defallim per una aposta descabellada.

<sup>15</sup> Anna Gómez. El totalitarisme és el marc idoni per a escapar, disminuir o anul·lar els elements de contrast a través de la prohibició i amenaça de sancions de diferent magnitud si alguna persona o grup gosa sortir de les pautes dictades.

<sup>16</sup> Eulàlia Collelldemont: En aquest sentit, l'associa a l'acció educativa en la seva vessant més transmissora i menys relacional.

<sup>17</sup> Eulàlia Collelldemont: Una de les estratègies que utilitzaren des dels totalitarismes foren la creació de documentals amb l'objectiu de presentar 'evidències' (trucades o no, inventades o no) de les realitats, tot fixant l'atenció en determinats aspectes.

<sup>18</sup> Resultat de la discussió en el seminari realitzat el dia 2 de març de 2018

<sup>19</sup> Jordi Garcia: del totalitarisme al populisme: Em quedo, però, amb la doble tesi de Rob Riemen perquè fa pensar més enllà del titular periodístic tan habitual de la nostra època. Afirma que aquesta paraula no té un significat clar i és una manera d'evitar dir el més important, és a dir, que el feixisme ha tornat lamentablement.

<sup>20</sup> Resultat de la discussió en el seminari realitzat el dia 2 de març de 2018

permanente —y de valor inapreciable— de mantener en vigencia constante el fuego de los ideales (...) En este sentido, toda propaganda —y la radio más— puede considerarse fomentadora y formadora de una determinada psicología colectiva. Está hartado demostrado que la opinión no se engendra de abajo para arriba, sino justamente de arriba para abajo. Cuando los hombres creen pensar por propia cuenta, realmente están pensando a través de los medios de información de que disponen y de las noticias que reciben del mundo. Y como esta apreciación de la realidad circundante no puede proporcionársela el hombre por sus propios medios, por fuerza ha de esperar a que se la administren. El moderno Estado se ha impuesto fácilmente de esta realidad y por eso presta una atención tan honda a los instrumentos de propaganda como formadores de la psicología de los pueblos». «La radio, como fomentadora de una psicología colectiva», a Radio Nacional. Revista semanal de radiodifusión, Madrid, nº 58 (diciembre 1939), p. 1.

Podem veure aquest ús deliberat, planejat i sistemàtic de símbols ja en les caràtules dels primers No-Dos on es pot observar com oneja la bandera franquista o l'àguila sobrevolant el mapa del món, recurrent diferents països d'Europa, d'Àsia, etc.<sup>21</sup>

Endemés, l'efectivitat de la propaganda augmenta quan troba una audiència amb dificultats per a rebre-la amb criticitat. En aquest sentit, el populisme té màniga àmplia per créixer al sí d'una comunitat amb pocs recursos per a contrastar la informació rebuda. Al receptor no li queda altre opció que pensar i desitjar allò que li ve donat com a resultat d'un **abús de poder**<sup>22</sup>. En la presentació del Noticiari n. 1201 C, ja de 10 de gener de 1966, se'ns mostra allò pensable i desitjable. En ell, la música adquireix el to d'espectacle. La ciència, el de conquesta de l'espai. La cultura es mostra des de la religió. La infància juga a la natura. La moda, s'escriu en clau parisenca. Les organitzacions internacionals són les oficials. I els esports es mostren en els toros de carrer i el toros de plaça. Tanca, la cursa automobilística, que uneix esport i tecnologia.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Un exemple es pot veure en el NOT N 1. INTRODUCCION AL PRIMER NOTICIARIO ESPAÑOL. 04 enero 1943. <http://www.rtve.es/filmoteca/no-do/not-1-introduccion-primer-noticiario-espanol/1465256/> o en el NOT N 57 A 31 enero de 1944. <http://www.rtve.es/filmoteca/no-do/not-57/1467090/>

<sup>22</sup> Jordi Garcia: Sempre hi ha matisos però un dels plantejaments podria ser el de l'ús/abús de la jerarquia front el de la llibertat de parlar, escriure o pensar. La idea de poder entra en joc.

<sup>23</sup> NOT N 1201 C. 10 enero 1966. <http://www.rtve.es/filmoteca/no-do/not-1201/1469206/>