

# EL CONTROL DE LA PROPAGANDA INTERNACIONAL DURANTE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL: ESPAÑA, FRANCIA, ITALIA Y ALEMANIA\*

Antonio César Moreno Cantano\*\*

Recibido: 28 Mayo 2011 / Revisado: 15 Julio 2011 / Aceptado: 5 Septiembre 2011

## 1. ESPAÑA: EL PROYECTO DE RAMÓN GARRIGA Y LA LUCHA POR EL CONTROL DE LA PROPAGANDA INTERNACIONAL

El nacimiento de la Vicesecretaría de Educación Popular en mayo de 1941 respondía a un proceso de centralización y estructuración de la propaganda española iniciado en plena Guerra Civil.<sup>1</sup> Años antes de la constitución de la VSEP países afines, política e ideológicamente, como Portugal, Italia, Alemania o la República de Vichy, habían creado unos instrumentos de prensa y propaganda de nueva planta con el fin de dinamizar y mejorar la acción de legitimación, proyección y promoción del Estado. De esta manera en 1933 apareció en Alemania el Ministerio de Ilustración Pública y Propaganda (*Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda*) y el *Secretariado da Propaganda Nacional* en Portugal. En 1937 se constituyó en Italia, siguiendo el ejemplo alemán, el *Ministerio della Cultura Popolare* (Minculpop). Por su parte, el régimen de Petain delegó dichas

funciones desde finales de 1940 en el *Ministère de l'Information et de la Propagande*.

Es deducible que el funcionamiento de estos cuerpos encargados de la propaganda estatal no pasó desapercibidos para los hombres de Falange, imbuidos de una gran admiración por el modelo estatal nazi y fascista. Una prueba rotunda de esta influencia es visible en el proyecto de regulación de la prensa y propaganda internacional que Ramón Serrano Suñer, en su etapa como ministro de Asuntos Exteriores, encargó al periodista Ramón Garriga en 1942. Dicho borrador estaba inspirado en la "Orden del Führer" del 8 de septiembre de 1939, que establecía que las competencias sobre propaganda y prensa exterior serían competencia exclusiva de Exteriores y no del Ministerio de Propaganda.<sup>2</sup> Lo que callaba Ramón Garriga, pues resulta difícil creer que tras varios años trabajando en el corazón del Reich desconociese la verdad, es que dicha medida nunca se llevó a cabo de manera efectiva, lo que explicaba los constantes enfrentamientos entre el ministro de Exteriores –Von

\* Este trabajo ha sido galardonado en la III Edición de los Premios de Investigación Histórica "Antonio Cabral", otorgados por la Asociación de Historia Actual en 2011.

\*\* CEFID-GREF, Universidad Autónoma de Barcelona. E-mail: antoniomorenocantano@hotmail.com.

<sup>1</sup> Sobre la constitución y características de la Vicesecretaría de Educación Popular existe una amplia bibliografía. Véanse, entre otros, Beneyto, Juan, *Planteamiento del régimen jurídico de Prensa y Propaganda*. Madrid, Instituto Editorial Rey, 1944; Chueca, Ricardo, *El fascismo en los comienzos del régimen de Franco. Un estudio sobre FET-JONS*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1983; Bermejo, Benito, "La Vicesecretaría de Educación Popular (1941-1945: un ministerio de la propaganda en manos de Falange", *Espacio, Tiempo y Forma, S. V., Historia Contemporánea*, t. IV, 1991, 73-96; y Ruiz Bautista, Eduardo, "La Vicesecretaría de Educación Popular: la propaganda, de Madrid al suelo (1941-1945)", *Historia del Presente*, 4, 2004, 213-223. El funcionamiento de la Prensa Extranjera en España durante estos años ha sido analizado en Moreno Cantano, Antonio César, "El control de la Prensa Extranjera en España y Alemania durante la Segunda Guerra Mundial", *Historia Contemporánea*, Universidad del País Vasco, 32, 2006, 311-334.

<sup>2</sup> Boelcke, Willi A, *Propaganda bélica alemana*. Barcelona, Luis de Caralt, 1969, 111.

Ribbentrop— y el ministro de Propaganda —Goebbels. Una batalla de iguales características tenía, a su vez, lugar en la España franquista entre Serrano Suñer y los máximos responsables de la Vicesecretaría de Educación Popular (Arrese, Arias Salgado y Juan Aparicio). Entrando en detalles cabe preguntarse, ¿qué es lo que se quería copiar o imitar del aparato propagandístico germano? Varias pistas nos las proporciona Ramón Garriga en su ambicioso proyecto. En primera instancia, se pretendía equiparar al periodista español (que se movía “bajo los efectos de un terror que aumenta cada día”, en clara alusión a los efectos de la censura) con el nazi, considerado “un colaborador leal del Estado”.<sup>3</sup> Otro aspecto importante hacía referencia a los agregados de Prensa adscritos al cuerpo diplomático español, señalándose que era su obligación “ayudar a los Embajadores y Jefes de Misión a obtener la información de todo lo que acontezca en el país en el que residan”.<sup>4</sup> Esta medida sería una gran ayuda para paliar los graves problemas que se daban en diferentes latitudes, como Francia o Argentina entre otros muchos, entre los agregados y diplomáticos españoles por el control y regulación de la propaganda en suelo extranjero.<sup>5</sup> También se pedía copiar el mecanismo de Conferencias organizado por Goebbels, que consistía en una “Consigna diaria del Jefe de Prensa” (llamada “Reunión diaria” entre el Jefe de Prensa Extranjera y sus subalternos en el modelo español), a la que seguían la “Orden del día (“Conferencias con la Prensa Nacional” en el proyecto de Garriga) y una “Reunión de personal”.<sup>6</sup> Para pesadumbre de Ramón Garrido, Serrano Suñer le comunicó a finales de julio de 1942 que Franco había decidido aplazar la reorganización de la prensa porque deseaba “estudiar” más detenidamente este proyecto

durante sus vacaciones. La realidad política de la época, con Serrano Suñer en claro proceso de decadencia, nos induce a pensar que este aplazamiento del *Caudillo* estaba motivado, en primer lugar, por sus reticencias hacia su cuñado, al que veía cada vez con peores ojos; y a la influencia de Arrese, nuevo hombre de confianza de Franco en FET, el cual no estaba dispuesto a un traspaso de competencias censoriales de la VSEP al Ministerio de Asuntos Exteriores.<sup>7</sup>

Junto al mencionado trabajo de Garriga, la influencia de los diferentes organismos de propaganda extranjeros en la España franquista son visibles en la propia concepción de la prensa, la cual era entendida, de acuerdo con la lógica de la construcción de una *Nueva España* dentro de un *Nuevo Orden* internacional, como un instrumento de *educación popular*. La prensa debía contribuir al resurgimiento de los valores más puros de la civilización occidental, frente a la labor disgregadora del comunismo (Unión Soviética) y el liberalismo (países anglosajones). Esta política comunicativa fue impulsada con gran vigor desde el Tercer Reich y seguida, con mayor o menor intensidad, en Portugal, Italia, Francia y España. Además, hay que añadir los conflictos generados entre estas nuevas instituciones responsables de la propaganda y otros organismos estatales, que por su naturaleza podían estar relacionados con las actividades propagandísticas. Esta circunstancia es claramente visible tanto en la España franquista como en la Alemania nazi, en la que los conflictos de la VSEP y el Ministerio de Ilustración Pública y Propaganda germano con los Ministerios de Asuntos Exteriores respectivos fueron un hecho común y dominante durante la Segunda Guerra Mundial. Por todas estas razones, para poder comprender mejor el funcionamiento

<sup>3</sup> Archivo de la Presidencia del Gobierno (en adelante APG), Jefatura del Estado (JE), leg. 33/5.1. “Proyecto de Ley elaborado por el Ministerio de Asuntos Exteriores sobre la Prensa y la Propaganda”, 1942, folio 5.

<sup>4</sup> Ibidem, folios 7-10.

<sup>5</sup> A modo de ejemplo menciónense los constantes choques en Francia entre el agregado Joan Estelrich y el diplomático Quiñones de León; o en Argentina entre José Ignacio Ramos y el embajador Antonio Magaz y Pers. Vid, Moreno Cantano, Antonio César, “Delegaciones y oficinas de prensa y propaganda españolas en el extranjero durante el primer franquismo: el caso francés (1936-1942)”, *Studia Historica. Historia Contemporánea*, Universidad de Salamanca, 25, 2007, 265-301; y del mismo autor, “Unidad de destino en lo universal. Falange y la propaganda exterior”, *Studia Historica. Historia Contemporánea*, Universidad de Salamanca, 24, 2006, 107-131.

<sup>6</sup> APG, JE, leg. 33/5.1. “Proyecto de Ley elaborado por el Ministerio de Asuntos Exteriores sobre la Prensa y la Propaganda”, 1942, folio 12.

<sup>7</sup> Sobre esta polémica y el referido proyecto de Ramón Garriga véase, Moreno Cantano, Antonio César, “El Ministerio de Asuntos Exteriores y la Vicesecretaría de Educación Popular: una convivencia conflictiva. La etapa de Ramón Serrano Suñer, 1941-1942”, *Historia del Presente*, 9, 2007, 107-124.

de la propaganda franquista durante la Segunda Guerra Mundial es necesario analizar en profundidad los instrumentos y mecanismos de los que pueden ser considerados sus “padres intelectuales” en esta materia, es decir, la Alemania nazi, la Italia fascista o la República de Vichy.

## 2. EL CASO FRANCÉS: LA PROPAGANDA DE VICHY

La situación política de Francia dio un vuelco drástico en junio de 1940. El día 22 de ese mes, el estado francés se rendía ante el poder avasallador de los ejércitos del Tercer Reich y firmaba con él un armisticio. Al cese del combate, los dirigentes galos sumaron pronto una nueva decisión. El 25 de junio, Pétain se dirigió a sus compatriotas para anunciarles el comienzo de un nuevo orden e invitarlos a la construcción de una *Francia nueva*. La regeneración por el sufrimiento constituía la clave del discurso radiado por Pétain ese día. En dicha alocución preconizó el Estado fuerte, la familia, la juventud, la jerarquía y el corporativismo, y denunciaba al liberalismo, al capitalismo y al colectivismo. Apelaba, igualmente, al espíritu de orden y de obediencia, de jerarquía social, economía controlada y organización profesional corporativa, y frente al parlamentarismo, el principio de caudillaje.<sup>8</sup>

El territorio francés, a raíz de estos sucesos, quedó dividido en dos zonas: la Ocupada (con capital en París), controlada directamente por los alemanes; y la No-Ocupada (cuyo centro político era Vichy), encabezada por el mariscal Pétain. Entre sus primeras decisiones hay que destacar: se destituyó al presidente de la República; se adoptó el principio de una revisión de la Constitución; Pétain asumió las funciones de un jefe de Estado, se arrogó plenos poderes y designó a Pierre Laval como su sucesor. Ello dio lugar a una renovación nacional cuya orientación se hizo visible inmediatamente en todas sus formas: purga de la administración, prohibición de la francmasonería, castigo de los responsables de la derrota, persecución de los comunistas y de los degaullistas, desnaturalización de ciertos franceses, preparación de un Estatuto

para los judíos (en este sentido, cabe citar la importancia que revistió a partir de esta época el diario antisemita *Au pilori*)...<sup>9</sup>

En un primer momento, la tarea de promocionar y encumbrar la figura del nuevo *chef de l'Etat* correspondió al Doctor Ménétrel, persona de total confianza del mariscal Pétain. En su Secretaría Particular se encuadraron diferentes departamentos encaminados a tal fin, como Información, Prensa-Radio-Censura o Propaganda del Mariscal. Ménétrel se sirvió de la privilegiada tribuna de *L'Espoir français* (uno de los principales órganos de propaganda escrita de Vichy) para difundir diversos textos que daban a conocer las “virtudes” del nuevo líder galo: *Français, apprenez ce que le Maréchal a fait pour vous depuis l'armistice, Le Maréchal refait la France* o *Le Travail du Maréchal*. En el imaginario del Dr. Ménétrel, la Francia de Vichy estaba obligada a hacer frente a cuatro grandes enemigos: los comunistas, los francmasones, los judíos y a los que comulgaban con la ideología angloamericana.<sup>10</sup>

El 12 de julio de 1940 todas las cuestiones relativas a Información, Prensa y Radiodifusión fueron puestas bajo la batuta de la Présidence du Conseil, es decir, de Pierre Laval, político clave en la Francia de Vichy. Los primeros responsables de este nuevo “ministerio de la propaganda” (denominado desde el 28 de octubre de ese año como Secretariado General de la Información) fueron M. Jean Montigny y Pierre Cathala (Secretario General de la PTT –Correos, Telégrafos y Teléfonos– desde enero de 1940).<sup>11</sup> Hombres fuertes de este secretariado fueron M. Henri Prété (había colaborado en tareas de Información y Prensa en los gobiernos de Daladier y Reynaud) y, desde diciembre de 1940 tras la caída de Laval y la ascensión de Darlan, M. Pierre Dominique. Ambos ejercieron el rol de directores de los servicios de Prensa y Censura, siendo los encargados de transmitir a los periodistas la interpretación oficial de los hechos cotidianos de la vida política. Para tal fin, siguiendo el ejemplo de sus homólogos germanos, celebraban de manera diaria conferencias de prensa en el Hotel

<sup>8</sup> Toynebee, Arnold, *La Europa de Hitler*. Madrid, Sarpe, 1985, 255.

<sup>9</sup> Burrin, P., *Francia bajo la ocupación nazi, 1940-1944*. Barcelona, Ed. Paidós, 2004, 27.

<sup>10</sup> Rossignol, Dominique, *Histoire de la propagande en France de 1940 à 1944. L'utopie Pétain*. Paris, Presses Universitaires de France, 1991, 11-15.

<sup>11</sup> *Ibidem*, 16.

Continental, resaltando los temas que era prioritarios resaltar o silenciar.<sup>12</sup> Solo en el periodo comprendido entre julio y diciembre de 1940 se dieron más de 300 consignas a la prensa, muchas de ellas encaminadas –como precisaba Laval– a “acabar con la incompreensión de parte de la opinión y de la prensa”, reacios a la colaboración con los gobernantes de Vichy.<sup>13</sup>

Prensa Extranjera, cuyas competencias recaían tanto en el Secretariado de Información como en el Ministerio de Asuntos Exteriores (circunstancia que provocó constantes enfrentamientos entre ambos organismos), era la responsable del control de toda publicación foránea y del trabajo de los corresponsales extranjeros.<sup>14</sup> Este servicio se desglosaba en multitud de departamentos atendiendo a criterios lingüísticos y diplomáticos: alemán, italiano, español... La hostilidad de Vichy hacia Gran Bretaña, impulsada desde todas las esferas políticas, provocó en junio de 1940 la expulsión de todos los corresponsales de dicha nacionalidad.<sup>15</sup> A lo largo de ese año, máxime tras el ataque británico a Mers-el-Kebir (el puerto militar de Orán), se intensificó la propaganda contra ese bando. La situación se agravó con la adhesión de algunas colonias al Movimiento Francés Libre, lo que indujo a creer que Gran Bretaña trataba de aprovecharse de la debilidad francesa para robarle sus colonias. Las clases elevadas en general, en las que siempre había existido una corriente de anglofobia, estaban en condiciones de reaccionar favorablemente ante esta propaganda. Sin embargo, la violenta propaganda antibritánica emitida por la radio de Vichy bajo el control de Laval,<sup>16</sup> consiguió el efecto contrario. Sirvió para incrementar el sentimiento anglófilo, especialmente

en la zona Ocupada. La influencia de la radio británica fue puesta de manifiesto también por el anciano Maurras (líder de *Action Française*): “todo está intoxicado por la radio inglesa”.<sup>17</sup>

El régimen franquista también comprobó el exceso de celo de la censura de Vichy. En diciembre de 1940 se produjo la expulsión de suelo francés del corresponsal del periódico *Ya*, Francisco Lucientes. El artículo “Francia evoluciona penosamente de su actual crisis” se encuentra detrás de tal medida. En dicho escrito, Lucientes analizaba la falta de determinación del gobierno de Vichy contra el general De Gaulle. Además, hacía mención a la Guerra Civil –que en su opinión– se estaba gestando en el interior de Francia.<sup>18</sup> Mejor suerte tuvo, pese a sus duros comentarios, su compañero de profesión Bartolomé Calderón, corresponsal de *Arriba* en París. Desde octubre de ese año, Calderón denunció la persistencia en el régimen de Vichy de hombres, actitudes y prácticas de la Tercera República. La influencia de masones y judíos o la existencia de un clima de excesiva comprensión hacia ellos constituían, según él, uno de los principales obstáculos para una regeneración de Francia en profundidad. Insinuaba, por ejemplo, que aún había masones en la administración de Pétain, o que la prensa de Vichy no estaba libre de las trabas masónicas y judías, a diferencia de lo que ocurría en la zona Ocupada.<sup>19</sup> Esta prensa crítica no hacía más que respaldar las opiniones del embajador francés en Madrid, Georges Renom de la Baume, que en julio había protestado por el tono anti Vichy de los diarios españoles.<sup>20</sup>

Al Secretariado de Información le acompañó, también desde 1940, los *Centres de Propagande*

<sup>12</sup> Amaury, Philippe, *Les deux premières expériences d'un "Ministère de l'information" en France*. Paris, Librairie Générale de Droit et Jurisprudence, 1969, 112-113.

<sup>13</sup> Peschanski, Denis, “Contrôler ou encadre?”, en Gerverau, Laurent y Peschanski, Denis, *La propagande sous Vichy, 1940-1944*. Paris, Bibliothèque de Documentation Internationale Contemporaine (BDIC), 1990, 12.

<sup>14</sup> De 1940 a 1944 actuaron como directores del servicio de Prensa Extranjera, Gérald Devries, Martin-Mamy, Lionel Masson, De Perera y Robert Coiplet.

<sup>15</sup> Amaury, Philippe: *Les deux premières expériences...*, 116-117.

<sup>16</sup> Sobre el funcionamiento y misiones de la Radio en la Francia de Vichy, véase Eck, Hélène: «La Radio», en Gerverau, Laurent y Peschanski, Denis, *La propagande sous Vichy...*, 188-194.

<sup>17</sup> Toynbee, Arnold: *La Europa de Hitler...*, 261.

<sup>18</sup> AGA, Cultura, caja 248. “Francia evoluciona penosamente de su crisis”.

<sup>19</sup> Domínguez Arribas, Javier, *El enemigo judeo-masónico en la propaganda franquista (1936-1945)*. Madrid, Marcial Pons, Ediciones de Historia, 2009, 326-327.

<sup>20</sup> Avilés Farré, Juan, “Vichy y Madrid. Las relaciones hispano-francesas (1940-1942)”, *Espacio, Tiempo y Forma*, Serie V, Historia Contemporánea, 2, 1989, 228.

*pour la Révolution Nationale* (CPNR), unos de los más importantes instrumentos de difusión de la ideología del nuevo Estado. Este organismo contó con la inestimable ayuda de la *Oficina Francesa de Información* (OFI), surgida de igual manera en ese año. Nacida como una escisión de la agencia de noticias *Havas*, tenía que “informar a la opinión bajo el impulso de las nuevas autoridades responsables del país”.<sup>21</sup> No podemos completar el examen de los orígenes de la propaganda en Vichy sin estudiar el relevante papel en este campo de la *Légion Française des Combattants* y del aparato propagandístico nazi en la Francia Ocupada.

La *Légion Française des Combattants* (LFC), nacida el 20 de agosto de 1940, fue la solución ideada por Pétain para nutrir a la nueva Francia de líderes, de nuevas élites, capaces de encuadrar al pueblo francés en los principios de la Revolución Nacional. La *Légion* se presentó, en palabras de Jean-Paul Cointet, como “un laboratorio de experimentación de las nuevas fuerzas políticas en materia de ideología”.<sup>22</sup> Se tenía la esperanza de que esta organización constituyese el nexo necesario entre el Gobierno y el pueblo y que sirviese de “intérprete del sentimiento popular para los gobernantes y de la voluntad de los gobernantes para el pueblo”.<sup>23</sup> El logro de este objetivo requería de la existencia de un importante aparato de propaganda. Este estaba formado por una Central, dividida en departamentos (propaganda escrita, oral y publicitaria), un cuerpo de delegados e inspectores, un servicio de documentación, escuelas de formación de mandos y propagandistas. Todo este entramado estuvo dirigido por Loustanau-Lacau (durante 1940) y Raimond Brassié.<sup>24</sup> La sección de propaganda escrita impulsó diferentes diarios y semanarios como *La Légion* (periódico oficial del movimiento, destinado a los principales dirigentes), *Légionnaire* (pensado para la masa de adheridos –más de 600.000 en 1941– y que alcanzó en junio de ese año una tirada de más de un millón de ejemplares), *l'Almanach de la Légion Française des Com-*

*battans...*<sup>25</sup> Además, se publicaron gran número de obras bajo la sombra de la nueva ideología como *Israël destructeur d'Empires*, *La Franc-Maçonnerie agent de l'Etranger*, *La Democratie contre la Nation* o *Les forces occultes*.<sup>26</sup>

El nombramiento de Brassié como “Comisario legionario de Propaganda”, en enero de 1941, conllevó una profunda reorganización de toda esta maquinaria ideológica, que se concretó en el “Plan de enero de 1941”. Inspirado en el modelo alemán e italiano, que hacían de la propaganda un instrumento esencial del Estado, insistía en la urgencia de responder de manera adecuada a la propaganda británica y gaullista. Como se proponía, era hora de pasar de una propaganda cuya tarea vital era exaltar la persona y prestigio de Pétain, a otra más belicosa hacia los enemigos exteriores e interiores. Este Plan se acompañó de la creación del *Institut National de Formation légionnaire*, destinado a poner las bases doctrinales de las actividades de propaganda; y la *Ecole nationale de formation légionnaire*, para la formación propagandista de los cuadros de mando. Los “alumnos” de esta institución eran instruidos en multitud de materias, como cuestiones políticas, económicas, sociales, morales, orientación de la juventud, procedimientos de acción... Entre sus más destacadas publicaciones se cuentan gran número de biografías sobre personajes destacados de la Revolución Nacional y el nuevo orden europeo: Charles Maurras, Salazar, Adolf Hitler, La Tour du Pin...<sup>27</sup>

La Francia de Vichy se vio obligada a convivir desde su nacimiento con el rígido control que desde París ejercían las fuerzas de ocupación alemanas. La Wehrmacht dispuso de un organizado y eficiente aparato ideológico en suelo francés, la *Propaganda Abteilung*, dependiente del Alto Mando alemán, en teórica conjunción con el Ministerio de Propaganda de Goebbels. Su Central se encontraba en el Hotel *Majestic* y se estructuraba en diferentes departamentos. El Grupo de Prensa controlaba

<sup>21</sup> Noubecourt, R.G., *Les secrets de la propagande...*, 30.

<sup>22</sup> Cointet, Jean-Paul, “La Légion”, en Gervert, Laurent y Peschanski, Denis: *La propagande sous Vichy...*, 59.

<sup>23</sup> Toynbee, Arnold J., *La Europa de Hitler*, 270.

<sup>24</sup> Rossignol, Dominique, *Histoire de la propagande en France*, 32.

<sup>25</sup> Cointet, Jean-Paul: “La Légion”..., 59.

<sup>26</sup> Di Jorio, Irene, *Tecniche di propaganda politica. Vichy e la Légion Française des Combattants (1940-1944)*. Roma. Carocci editore, 2006, 116.

<sup>27</sup> Cointet, Jean-Paul, “La Légion”..., 60-65.

todos los periódicos, semanarios y todo tipo de publicación informativa. Dicha tarea fue asumida por dos veteranos corresponsales del *DNB*, el lugarteniente Weber y el capitán Von Grote, fundador de la *Agence Française d'Information de Presse* (AFIP). El Grupo *Schrifttum* se encargaba de la edición de obras literarias y la prohibición de todas aquellas consideradas peligrosas por la censura alemana. Los autores vetados, como por ejemplo Jules Verne o de ralea judía, fueron incluidos en el inventario "Bernhardt" y las listas "Otto". El Grupo de Propaganda activa o propaganda de combate impulsó enérgicas ofensivas, desde la prensa o la radio, contra Gran Bretaña, los judíos o a favor del reclutamiento de trabajadores galos con destino a Alemania. Finalmente, se encontraban el Grupo Film y el Grupo Cultura.<sup>28</sup> La actividad de estos grupos estaba orientada a tres fines primordiales: 1) censura y contrapropaganda, para eliminar cualquier influencia antialemana, judía...; 2) informar a los servicios de seguridad y espionaje alemanes (Gestapo o SS) en Francia sobre las corrientes de opinión; y 3) propaganda global que mostrase al pueblo francés los caracteres de la nueva Alemania, las ventajas del régimen nazi..., en definitiva, los logros y poder del Tercer Reich.

El estamento militar germano no estuvo aislado en su tarea propagandística en Francia, más bien todo lo contrario. Junto a él interactuó el presidente de la Cámara de Comercio Franco-Alemana, el Dr. Kuntz, para asuntos de propaganda económica; el Departamento de Propaganda de las SS, encabezado por el Dr. Biderbich, a raíz de la ofensiva de 1941 contra la URSS; el representante del Ministerio de Goebbels, el mayor Schmidtke o la representación del ministro de Exteriores, Von Ribbentrop, que delegó las tareas de propaganda en el embajador y comandante militar Otto Abetz.<sup>29</sup> Como ocurría en el interior del Reich, también en la Francia Ocupada se produjo una "guerra de competencias" entre Goebbels y Ribbentrop, personificada en la oposición entre Schmidtke y Otto Abetz, que tras muchos tiras y aflojas, logró en 1943 el control de toda propaganda política. Esta

continua desconexión y rivalidad provocaron, como analizó acertadamente el historiador Jacques Noubecourt, que la Wehrmacht y la Embajada "perdieran la guerra psicológica que debía provocar la adhesión de Francia a la causa del Reich".<sup>30</sup>

Después de la dimisión forzada de Laval, favorito de los alemanes, Pétain y Darlan, nombrado vicepresidente del Consejo en febrero de 1941, tras el breve ministerio de Flandin, temen una invasión de la Francia No Ocupada e incluso la pérdida de sus colonias. Por eso Darlan refuerza la colaboración con los famosos protocolos de París, en mayo de 1941. A su vez, se produce una profunda remodelación de la propaganda. Con Darlan ascendieron al poder los tecnócratas y colaboracionistas. En la parcela informativa, Paul Marion fue nombrado Secretario General de Información en agosto de 1941. Contaba con una amplia experiencia en este campo, ya que en la década de los años 20 fue secretario de la Agit-prop en el Partido Comunista Francés (PCF) y posteriormente, en 1936, se unió al Partido Popular Francés (PPF) de Doriot, donde editó diversos diarios.<sup>31</sup> Desde el punto de vista ideológico era un ferviente defensor del colaboracionismo y desde el punto de vista informativo, pensaba que, en una situación de crisis, solo el Estado podía explicar y hacer comprender los diferentes sucesos. Por ello centralizó todos los servicios y montó un aparato de propaganda de Estado único en la historia de las instituciones políticas y administrativas de Francia. Imitando el modelo utilizado por la propaganda *Abteilung* en la zona norte, permitió una cierta libertad en la aplicación de las consignas para que los medios de comunicación pudiesen adaptar el mensaje a sus clientes y relajó la censura a posteriori, mientras que el control previo pasó a la responsabilidad de los directores.<sup>32</sup>

En esta fase tuvo lugar en París un acontecimiento propagandístico de trascendencia internacional, la exposición *El Bolchevismo contra Europa*. Contó con la inestimable colaboración del *Comité de acción antibolchevique* (CAA), presidido por el

<sup>28</sup> Noubecourt, Jacques, "L'occupant allemande", en Gerverau, Laurent y Peschanski, Denis, *La propaganda sous Vichy...*, 82-90.

<sup>29</sup> Rossignol, Dominique, *Histoire de la propagande en France*, 51-52.

<sup>30</sup> Noubecourt, Jacques, "L'occupant allemande"..., 90.

<sup>31</sup> Amaury, Philippe, *Les deux premières expériences...*, 124-130.

<sup>32</sup> Paz, M.<sup>a</sup> Antonia, "La propaganda francesa en España, 1940-1944", *Mélanges de la Casa de Velázquez*, 31, 1995, 228.

comandante de marina Paul Chack, así como el apoyo ideológico, moral y financiero de las autoridades alemanas. En esta exposición se elaboraron decenas de carteles que exponían la “miserable” vida en Rusia, la precaria alimentación y condiciones higiénico-sanitarias de la población... y todo un conjunto de temas que despertaban el más profundo rechazo hacia todo lo soviético al visitante francés y extranjero. Se proyectaron en los diferentes stands de la exposición (como por ejemplo en el del PPF, supervisado por Jacques de Lesdain) diversos largometrajes, como *La Libre Amérique* y *Français vous avez la mémoire courte*, en los que se atacaba a los judíos, se mostraban los desmanes “rojos” (Revolución rusa, fusilamientos y ataques a Iglesias en Barcelona durante la Guerra Civil...) o se aludía al paraíso del nuevo orden europeo en oposición al infierno bolchevique.<sup>33</sup> España participó con un stand colocado, además, en el centro de la exposición, para destacar el hecho de que fue el primer país que se percató del peligro comunista y tuvo el valor de combatirlo. También acudieron a esta exposición representantes de Alemania, Hungría, Rumania, Finlandia y Portugal. La cuestión financiera corrió a cargo de la Propaganda Staffel y el Comité de honor estaba formado por F. de Brinon, P. Marion y los representantes diplomáticos de los seis países representantes.<sup>34</sup> La exposición finalizó en julio de 1942 y, posteriormente, se trasladó a diversas provincias como Lille, Burdeos, Lyon y Marsella.<sup>35</sup>

El regreso de Laval como líder del Gobierno, ministro del Interior, de Exteriores y de Información, en abril de 1942, abre una nueva etapa en la configuración de la propaganda de Vichy. El secretariado de Información y Propaganda se dividió: el primero pasó a estar dirigido por Bonnefoy y el segundo por Paul Creyssel, adherido al Partido Social Francés. Los sistemas represivos se modificaron porque la prensa no poseía a penas credibilidad y porque los mismos directores iniciaron una lucha contra la censura por la pérdida de lectores que, con su acción, habían experimentado. Se articuló un método de compromisos o contratos: las publicaciones podían firmar un contrato con Vichy por el que se les autorizaba a no publicar un cierto

número de noticias obligatorias, incluso a diseñar –según criterio propio–, las informaciones impuestas en portada. En contrapartida, se comprometían a difundir, al menos dos veces por mes, artículos exaltando la política de Vichy y la colaboración en el nuevo orden europeo. Por otra parte, la propaganda de combate perdió sentido con la ocupación alemana de todo el país en noviembre de 1942. El nuevo planteamiento aplicó tres reglas básicas: decir la verdad, siempre que no perjudicarse a los objetivos gubernamentales; razonar lo justo y pensar con mentalidad francesa. Bajo estas nuevas directrices se inscriben una mejora de las relaciones periodísticas entre España y Francia, salpicadas de continuas tensiones como las que se produjeron con motivo de la expulsión del corresponsal Francisco Lucientes. En junio de 1942 se intentó llegar a un intercambio de artículos españoles y franceses en la prensa de ambos países. Esta inteligente iniciativa no convenció al Delegado Nacional de Prensa español, Juan Aparicio, que dudaba de sus resultados, tanto desde el punto económico y político, por lo que no se llegó a ningún acuerdo. Meses después, en octubre, se preparó otro proyecto, en esta ocasión para efectuar intercambios de periodistas franco-españoles. Para facilitar la puesta en marcha de este sistema, se preparó un primer contacto en terreno apolítico, es decir, comenzó con un viaje en el que diversos profesionales debían comprobar las realizaciones hechas por el gobierno franquista en materia social. Juan Aparicio exigió seleccionar personalmente los lugares a visitar en España y pidió que los periodistas españoles, a cambio, viajasen a Argelia. Las autoridades francesas vieron en la elección de este estratégico lugar una excusa para alimentar una campaña en la prensa española para reivindicar territorios en el Norte de África. Las dilaciones por este tema, el desembarco angloamericano en el Norte de África y la ocupación alemana de toda Francia, dejaron el proyecto en papel mojado.<sup>36</sup> A partir de esa fecha, las críticas hacia España y la obstaculización al trabajo de los corresponsales franquistas no hicieron más que acrecentarse. De esta manera, en marzo de 1943, el embajador de Francia en Vichy se quejaba al ministro Jordana de una supuesta campaña anti-

<sup>33</sup> Rossignol, Dominique, *Histoire de la propagande en France*, pp. 275-279.

<sup>34</sup> Paz, M.<sup>a</sup> Antonia, *La propaganda francesa en España, 1940-1944*, 234.

<sup>35</sup> Rossignol, Dominique, *Histoire de la propagande en France*, 279-280.

<sup>36</sup> Paz, M.<sup>a</sup> Antonio, *La propaganda francesa en España, 1940-1944*, 235-238.

francesa en los periódicos españoles, que respondía en muchas ocasiones a “meras expresiones de importancia totalmente secundaria y relacionadas frecuentemente con hechos históricos envejecidos por los siglos”.<sup>37</sup>

El cambio ministerial de enero de 1944, impuesto por los alemanes, condujo al nombramiento del ultracolaboracionista Philippe Henriot como secretario del Estado de Información y Propaganda.<sup>38</sup> En esta última fase de la propaganda de Vichy se produjo una radicalización del mensaje a transmitir a la población. En el contexto de una “guerra total”, como proclamaba Henriot, se optó por formar un nuevo equipo, más joven, cuyos miembros procedían en gran parte de la Milicia, plenamente dispuestos a luchar contra el “enemigo invisible” que minaba la moral del pueblo. El medio propagandístico elegido fue la radio, desencadenándose una violenta “guerra de ondas” contra los Aliados, la Resistencia y todo aquel crítico con la Francia de Pétain.<sup>39</sup> De esta virulencia radiofónica fue también víctima el régimen franquista. En un discurso de Henriot se aludió, intencionadamente, a la posibilidad de que los ejércitos angloamericanos atacasen España. De esa “bula”, como anotaba la Sección de Política de Europa del Ministerio de Exteriores español, se habían hecho eco medios como *Petit Parisien*, *L’Oeuvre* o *Nouveau Jour* (de Bruselas). Estaba claro, en opinión de los funcionarios españoles, que se pretendía lograr con estas difamaciones: “Hay, en un país tan amenazado como Francia de invasión, la reacción egoísta de ver otro utilizable como derivativo para ahorrarse en su propio territorio los males de la guerra”.<sup>40</sup> Otro capítulo problemático entre ambos países se produjo como consecuencia de la “supuesta” incorrecta

actuación del corresponsal de *Arriba*, José Ramón Alonso. Desde su llegada a Francia sus crónicas habían colisionado con la censura de Vichy, lo que le llevó a trasladarse tempranamente a París. Lo más “anormal” del caso, en palabras del embajador español Lequerica, era que los artículos que habían provocado el malestar de los políticos de Vichy se habían publicado con la autorización de la censura alemana. Y lo que era intolerable es que “si bien es costumbre admitida en todos los gobiernos expulsar a los periodistas extranjeros cuyas campañas estiman contrarias a sus intereses, no lo es en cambio llevarlos detenidos”.<sup>41</sup> Lequerica protestaba por tener retenido a Alonso en el campamento de Tourelles. La orden de su detención había partido, como precisaba el director de Prensa Extranjera español, Jesús Suevos, del secretario general del Interior y jefe de la Milicia, Darnand. Las quejas de Lequerica ante Pierre Laval por este asunto no surtieron efecto y J. R. Alonso tuvo que regresar a España a finales de julio.<sup>42</sup>

El control asfixiante alemán sobre el secretariado de Henriot se tradujo en diferentes medidas. Desde febrero de 1944, los periodistas controlados por Vichy recibían desde París las notas de orientación que elaboraba la Propaganda Abteilung. Y ya en junio, semanas antes del asesinato de Henriot por parte de la Resistencia, la censura francesa se convirtió en un simple instrumento de transmisión de la censura militar germana.<sup>43</sup> En conclusión, la propaganda de Vichy pretendió, a lo largo de su existencia tal y como plasmó Pierre Laborie, dar un “apoyo popular y legitimidad al régimen de Pétain”, en un momento histórico trágico como fue la derrota ante Alemania; y “encuadrar a la sociedad francesa dentro de las necesidades del nuevo orden” que Hitler estaban edificando en Europa.<sup>44</sup>

<sup>37</sup> AGA, Asuntos Exteriores, caja 11435. “Escrito del Ministerio de Asuntos Exteriores al Embajador español en Vichy”, 17 de marzo de 1943.

<sup>38</sup> Philippe Henriot fue un destacado orador y un católico convencido, que en los años 20 militó en la Federación Nacional Católica de Castelnau. Más adelante, desempeñó un papel activo en el diario *Je suis partout* y *Combats*, creado por la Milicia francesa en 1943. Vid., Peschanski, Denis, “Contrôler ou encadre?”..., 30-31.

<sup>39</sup> Peschanski, Denis, “Contrôler ou encadre?”..., 32-34.

<sup>40</sup> AGA, Exteriores, caja 11354. “Amenazas de desembarco en España”, 28 de enero de 1944.

<sup>41</sup> AMAE, R. 2155/56. “Expulsión del corresponsal de *Arriba* Don José Ramón Alonso”, 4 de julio de 1944.

<sup>42</sup> Las vivencias de este periodista han quedado reflejadas en, Alonso, J.R., *Francia entre dos fuegos*. Madrid. Editorial Gemas, 1944.

<sup>43</sup> Peschanski, Denis, “Contrôler ou encadre?”..., 34-35.

<sup>44</sup> Laborie, Pierre, “L’évolution de l’opinion publique”, en Gerverau, Laurent y Peschanski, Denis, *La propaganda sous Vichy...*, 227. Del mismo autor, *L’opinion française sous Vichy*. Paris. Éditions du Seuil, 2001 (edición revisada y ampliada).



### 3. ITALIA: *EL MINISTERIO DELLA CULTURA POPOLARE*

Una de las principales armas de las que se valió el fascismo italiano para conquistar el poder fue la propaganda, que minó a base de duras campañas el debilitado sistema parlamentario italiano. El propio Mussolini, antes de erigirse en el “primogénito” del fascismo europeo, había sido periodista durante un largo período de tiempo, por lo que conocía de primera mano la importancia de los medios de comunicación de masas como instrumento de apoyo a la acción política:

“Viva, poderosa y precisa fuerza de la civilización moderna, el periodismo puede ser instrumento de educación popular; puede decidir los destinos de la Nación y puede contar, a veces, más que un ejército en campaña”<sup>45</sup>.

En consecuencia, el *Partito Nazionale Fascista* (PNF) contó desde sus orígenes con una *Ufficio Stampa e Propaganda*, que publicaba y distribuía materiales de propaganda del Partido; controlaba algunos periódicos, organizaba asambleas públicas, etc. Posteriormente se creó la *Ufficio Stampa del Capo del Governo*, que Mussolini puso bajo su autoridad directa en 1923. Un año después, dicho organismo asumió la *Ufficio Stampa* del Ministerio de Asuntos Exteriores italiano, centralizándose así las tareas de prensa y propaganda exterior e interior en un solo cuerpo administrativo.

La “sección interior”, responsable de la prensa italiana y en colaboración directa con los prefectos de provincia, se encargaba de recoger y distribuir las órdenes y comunicados a todos los periódicos, así como de localizar las transgresiones que éstos podían cometer<sup>46</sup>. La sección dedicada a la prensa extranjera debía recopilar artículos extranjeros con-

cernientes a Italia y coordinar con la Agencia *Stefani* la información extranjera.

En agosto de 1933, Galeazzo Ciano fue puesto al frente de la *Ufficio Stampa e Propaganda del Capo del Governo*. A la ambición de Ciano y a la necesidad de articular toda la política cultural y de propaganda del régimen se debe el que en septiembre de 1934, después de un largo estudio por parte de Ciano de la estructura y funcionamiento del Ministerio de Goebbels (*Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda*) desapareciera la *Ufficio Stampa e Propaganda del Capo del Governo* para dar paso a un nuevo organismo *Sottosegretariato di Stato per la Stampa e la Propaganda*.

En junio de 1935 la Subsecretaría pasó a ser un Ministerio, que se limitó a ampliar su organización sin modificarla. Tras la guerra con Etiopía el *Ministerio per la Stampa e la Propaganda* se convirtió en un instrumento básico de la política exterior italiana. De ahí la existencia dentro de la Dirección General de Propaganda de dos secciones dedicadas específicamente a la propaganda exterior, una encargada de su formulación y difusión, y otra de la distribución de propaganda anticomunista en el extranjero<sup>47</sup>.

En noviembre de 1937 se llegó finalmente a la constitución del *Ministerio della Cultura Popolare* (Minculpop)<sup>48</sup>. El nacimiento de este nuevo aparato propagandístico se justificaba, como señalaba su primer responsable Dino Alfieri, en la necesidad de lograr un mayor control de todos los resortes de la comunicación de masas, cuya importancia había quedado patente en la guerra de África (anexión italiana de Abisinia)<sup>49</sup>. El objetivo del *Minculpop* sería, en última instancia, *fascistizar a fondo la cultura nacional, el espíritu del pueblo*<sup>50</sup>. Para ello se requería la transformación de las masas amorfas en

<sup>45</sup> Palabras de Mussolini recogidas en Gaceta de la Prensa Española, 1942. “Mussolini, modelo de periodistas”.

<sup>46</sup> El cumplimiento de las órdenes de la censura normalmente quedaba en manos de los directores de periódicos, pero los prefectos intervenían cuando éstas no se ejecutaban. En algunos casos, el prefecto de una provincia censuraba algo que los prefectos de otras permitían, no existía uniformidad de actuación. Vid., Tannenbaum, Edward R., *La experiencia fascista. Sociedad y cultura en Italia (1922-1945)*. Madrid, Alianza Universidad, 1975, 299-300. Algo similar ocurría en España con el funcionamiento de los delegados provinciales de Educación Popular, que en numerosas ocasiones operaban aisladamente entre ellos, sin sujeción estricta a las consignas provenientes de Madrid, ya fuese por fallos en las comunicaciones o por una simple cuestión de autonomía operacional.

<sup>47</sup> Cannistraro, Philip V., *La fabbrica del consenso. Fascismo e mass media*. Bari, Editorial Laterza, 1975, 127-128.

<sup>48</sup> Para el estudio de los organismos de prensa y propaganda en la Italia fascista véase, Pizarroso Quintero, Alejandro, *Historia de la propaganda*, 307-317.

<sup>49</sup> Murialdi, Paolo, *La stampa del regime fascista*. Roma-Bari, Editori Laterza, 1986, 157.

<sup>50</sup> Salvatorelli, Luigi y Mira, Giovanni, *Storia d'Italia nel periodo fascista*. Torino, Giulio Einaudi editore, 1964, 894.

pueblo y la creación de una *cultura popular* a través de la explotación combinada de una serie de mitos, ritos y símbolos propios del fascismo y articulados por el Ministerio della Cultura Popolare, que debería actuar, tal y como se señalaba en los compendios doctrinales de Mussolini, como educador y promotor de la vida espiritual, dando al pueblo una voluntad y por tanto una efectiva existencia<sup>51</sup>.

A este proceso de fascistización no fue ajena la prensa, tanto la nacional como la extranjera, cuyo funcionamiento había sido “vigilado” desde temprana fecha por las autoridades fascistas. Así, desde finales de la década de 1920 hasta mediados de la década de 1930, el tono general de las instrucciones relativas a las potencias extranjeras (incluyendo la URSS) era que se adoptara una posición respetuosa, o al menos reservada. Aparentemente Mussolini no quería ofender irreparablemente a ningún Gobierno extranjero. Incluso a finales de la guerra de Etiopía se ordenó a la prensa que mantuviera bajo secreto la crisis internacional derivada de los territorios del Rin en marzo de 1936. La Guerra Civil española fue tratada muy cautelosamente durante más de seis meses a partir de su declaración. Sólo después, cuando los “voluntarios” italianos luchaban en España, se dio una mayor información de la guerra<sup>52</sup>.

La censura de la información extranjera se hizo mucho más estricta una vez que Italia entró en la Segunda Guerra Mundial. Este férreo control ejercido por el Ministerio della Cultura Popolare se reflejó en las órdenes que este organismo envió a los periódicos italianos en los primeros días de la contienda. Estas directrices determinaban el contenido, el tono y el modo en que debían presentarse y comentarse las noticias, con el objetivo de construir una imagen artificial de la contienda, que mostrase siempre en pantalla los logros nazis y los descabros Aliados<sup>53</sup>.

La información de carácter militar procedente del exterior (agencia, radio y prensa de países bel-

gerantes y neutrales) pasó a ser regulada desde el 11 de junio de 1940 por el Minculpop. Así, se establecía que toda noticia de fuente extranjera sobre el frente italiano y alemán no debía ser publicada, ya que el único seguimiento a la guerra se haría a partir de los comunicados oficiales emanados desde el Minculpop, la Agencia *Stefani* y el Ministerio de la Guerra. Además, el Ministerio de Cultura Popular asumió otras dos importantes competencias: la organización de los corresponsales de guerra y la censura militar en “coordinación” con el Ejército<sup>54</sup>. El resultado de esta regulación fue la instauración de una doble censura, la practicada por el Ministerio de la Guerra (en consonancia con el Alto Estado Mayor alemán) y la efectuada por el Minculpop<sup>55</sup>. Igualmente, y como sucedió en España durante la Segunda Guerra Mundial, la política comunicativa italiana estuvo estrechamente ligada a los intereses de la Alemania nazi, presente de manera muy activa en el control de la información internacional que le atañía y de los corresponsales de guerra italianos que acompañaban a sus tropas. De esta manera el Minculpop, tras el incidente protagonizado por el periodista italiano Zingarelli da Sofia que publicó en marzo de 1941 una noticia dando a conocer el movimiento del ejército germano en los Balcanes con el consiguiente disgusto de Berlín, estableció que “el servicio en el frente alemán será controlado por la censura preventiva de la autoridad militar alemana”<sup>56</sup>.

Desde el 18 de octubre de 1940 correspondió a Pavolini (responsable del Minculpop en esa fecha), en consonancia con las directrices recién enumeradas, la vigilancia de cualquier comentario de carácter militar o político-militar que contuviese, de un modo u otro un fin de tipo político. Ello desembocó en un proceso constante de tergiversación de las noticias sobre la guerra, creando un estado de confusión entre lo real y lo propagandístico, que provocó el descontento de la población italiana. Un informador milanés escribía que “la

<sup>51</sup> Mussolini, Benito, *La doctrina del fascismo*. Salamanca, U.S.I., sin año, 19-21.

<sup>52</sup> Tannenbaum, Edward R., Op. cit., p. 300.

<sup>53</sup> Veneruso, Danilo, *L'Italia Fascista*. Bolonia, Società editrice il Mulino, 1990, 897.

<sup>54</sup> Murialdi, Paolo, Op. cit., 200.

<sup>55</sup> No fue hasta mayo de 1942 cuando se llegó a un acuerdo entre el Minculpop y el Alto Estado Mayor del Ejército italiano para desarrollar una política común de censura y propaganda, que hasta la fecha había estado salpicada de constantes enfrentamientos. Vid., Cesari, Maurizio, *La censura nel periodo fascista*. Nápoles, Liguore Editore, 1978, 91.

<sup>56</sup> Cesari, Maurizio, Op. cit., 86-87.

gente no se contentaba con el boletín y el comunicado del Cuartel General de las Fuerzas Armadas, que definen de *cretino*<sup>57</sup>.

Estas circunstancias llevaron a una “rectificación” de la política censorial del Minculpop. Pavolini estableció que en los artículos sobre la contienda mundial había que eliminar toda retórica, “poco agradable para el público”. Continuaba señalando que era contraproducente “devaluar al enemigo” y que no había que despreciar la “potencia mundial inglesa”, ya que dicha actitud implicaba un menosprecio al propio esfuerzo de guerra italiano<sup>58</sup>. Sin embargo, la automoderación era condición incompatible con el propio discurso fascista, de tal manera que en febrero de 1941 y en la antesala de la ofensiva del Eje sobre los Balcanes, la agresividad verbal regresó a la radio y la prensa, pues había que “alimentar el clima heroico y guerrero de la Nación”<sup>59</sup>. Del nuevo tono de la propaganda se hizo eco el ministro de Exteriores italiano, Galeazzo Ciano, que señalaba a Mussolini como principal responsable de la política comunicativa:

“Una cosa extraña del Duce. Ha reconvenido a Pavolini porque en un artículo de Ansaldo se decía que *la guerra de Rusia, bajo la guía de Hitler... De esta manera el pueblo italiano se acostumbra a pensar que es verdaderamente Hitler el que lleva la dirección de la guerra. Y yo me pregunto ¿es que hablamos en serio o bromeamos?*”<sup>60</sup>

Este deseo de intervención personal de Mussolini en materia de prensa guardaba poca relación con la pasividad con la que Franco contemplaba el funcionamiento de la Vicesecretaría de Educación Popular. Sólo cuando arreciaban las críticas desde el Ministerio de Exteriores y las embajadas extranjeras, Franco dictaba unas consignas de actuación a la Delegación Nacional de Prensa, que por otra parte, se quedaban en la mayoría de los casos en papel mojado.

Tras el ataque alemán a la URSS y la inmediata decisión de Mussolini de enviar tropas al frente ucraniano, el Minculpop puso a pleno funcionamiento todo su aparato propagandístico para denigrar al régimen soviético. Las consignas en materia internacional que se impulsaron entre la prensa italiana hacían hincapié en el carácter de la cruzada antibolchevique, la denuncia del judaísmo y de la plutocracia bolchevique<sup>61</sup>.

Un nuevo endurecimiento en la política informativa bélica del Ministerio de Cultura Popular se llevó a cabo en enero de 1943, a medida que la situación en el Mediterráneo para Italia se veía cada vez más amenazada por el avance Aliado. Se incidió otra vez en que

“toda manifestación, prensa y propaganda política, o comunicado interesante y reportaje internacional, de defensa militar, cuestión económica y financiera con la guerra, así como las de tipo religioso no serán publicadas sin el consentimiento del Ministerio della Cultura Popolare”<sup>62</sup>.

Al mes siguiente, próxima ya la caída de la Italia fascista, un nuevo decreto ministerial sustituía a Alessandro Povolini como responsable del Minculpop, siendo reemplazado por Gaetano Polverelli. Entre sus primeros cometidos se encontraron la eliminación de una serie de “graves inconvenientes” que “veníamos lamentando desde el Partido”. Polverelli se refería a “una americanización” observable en la confección de los artículos periodísticos y, sobre todo, una absoluta “indiferencia o extrañeza respecto a la hora histórica” que atravesaba la Nación italiana<sup>63</sup>.

Todas estas medidas no impidieron la quiebra del consenso entre una población descontenta por el devenir de la guerra, cansada de una retórica que había conducido a la ruina material y cultural del país, y que pese la “anestesia comunicativa” practicada por el Minculpop era consciente de que el fin del fascismo era algo inevitable.

<sup>57</sup> Murialdi, Paolo, Op. cit., 202. La cursiva es nuestra.

<sup>58</sup> Ibidem, 204.

<sup>59</sup> Ibidem, 205.

<sup>60</sup> Ciano, Galeazzo, *Diarios, 1937-1943*. Barcelona, Editorial Crítica, 2003, 550.

<sup>61</sup> Murialdi, Paolo, Op. cit., 207.

<sup>62</sup> Cesari, Maurizio, Op. cit., 95-96.

<sup>63</sup> Ibidem, 207.

El tono adoptado por la prensa italiana y su actitud respecto a las noticias extranjeras dependió siempre de la evolución de los frentes de combate. Así, durante 1940, y a la par de las victorias alemanas, se atacó duramente desde los diarios italianos a los Aliados. De la misma manera, la infortunada campaña italiana en Grecia fue silenciada con toda intencionalidad por parte de las autoridades fascistas. Era la más pura expresión de la aplicación de los principios propagandísticos de la desfiguración y la exageración: exaltación de las victorias y maquillaje de las derrotas. Todos estos juegos propagandísticos tuvieron su punto final con la caída en julio de 1943 de Mussolini.

#### 4. ALEMANIA: GOEBBELS Y EL MINISTERIO DE PROPAGANDA NAZI

Dentro del ideario nacionalsocialista el tema de la propaganda ocupó un papel preeminente. En *Mein Kampf* Hitler dedicó abundantes líneas a su conceptualización y a la importancia que revestía como medio para poder dominar a las masas. En dicha obra se indicaba que era necesario el control de la prensa y la propaganda para poder alcanzar al grupo “de ingenios y de crédulos”, lo cual se lograría únicamente mediante la prensa, “ese gran poder del Estado”. Ésta no se entendía tan sólo como un instrumento de información sino que era un factor decisivo en el proceso “educativo” de la población, en especial de los adultos.<sup>64</sup> Por tanto, la prensa, debido a su carácter cultural y adoctrinador, debía ser sometida a una estricta vigilancia. El Estado tenía “que asegurarse este poderoso medio de educación popular” y ponerlo al servicio de la nación<sup>65</sup>.

Con la constitución, el 13 de marzo de 1933, del Ministerio de Ilustración Pública (también calificado como Ministerio de Cultura Popular) y Propaganda (*Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda*), el Estado se convertía, tal como se reclamaba desde las altas esferas nazis, en el máximo responsable de la dirección espiritual de la nación. De esta manera, al nuevo ministerio (denominado popularmente *Promi*) le corresponderían todas las tareas de influencia espiritual en la nación, el hacer publicidad para el Estado, la cultura y la

ciencia, la información a la opinión pública en el interior de la nación y en el extranjero, así como la administración y control de todas las instituciones que sirviesen a este fin<sup>66</sup>.

Desde el principio se produjeron rivalidades entre este nuevo ministerio y otros organismos estatales, pues el Promi entraba de lleno en materias que hasta entonces habían competido al Ministerio de Asuntos Exteriores, al del Interior o al propio NSDAP. Nuestro interés girará entorno al desarrollo de estos conflictos y al análisis de las secciones que, dentro del Tercer Reich, debían regular la propaganda y prensa extranjera.

El Ministerio de Asuntos Exteriores (en adelante MAE), encabezado en 1933 por el viejo diplomático Konstantin Von Neurath, poseía un Ministerio de Propaganda propio para el extranjero, cuyas competencias se entremezclaban con las que Goebbels debía desempeñar desde el Promi. El NSDAP, por su parte, contaba con el *Reichspropagandaleitung*, institución encargada de la propaganda y de la que también era responsable el propio Goebbels, y que pronto fue asimilada por el Ministerio de Cultura Popular y Propaganda. El Reichspropagandaleitung contaba con secciones específicas de propaganda y prensa extranjera, y una destinada a la supervisión del tráfico turístico, el *Fremdenverkehrsabteilung*<sup>67</sup>. Otro elemento entró en juego a partir del inicio de la Segunda Guerra Mundial, la Wehrmacht, de quien dependía la censura militar, lo que no fue obstáculo para que Goebbels se intentase inmiscuir también en este campo.

Entre estos organismos se generaron continuos altercados fruto de unas competencias mal delimitadas, pese a las medidas y órdenes dictadas sobre esta materia. Según el decreto del 30 de junio de 1933 el MAE alemán cedía al Promi el control de las actividades de Propaganda en el exterior. Sin embargo, tras el nombramiento de Ribbentrop como responsable de Exteriores se reforzó el papel de este ministerio. Así, la “Orden del Führer” de septiembre de 1939 precisaba que en el futuro ni la propaganda interior ni la exterior serían competencia exclusiva de Goebbels. Se establecía que la pro-

<sup>64</sup> Hitler, Adolf, *Mi lucha*. Barcelona, Ediciones Ojeda, 2002, 140.

<sup>65</sup> Eckehard, *Cuatro años de gobierno de Hitler*. Santiago de Chile, Editorial Zig-Zag, s.a., 117.

<sup>66</sup> Boelcke, Willi A., *Propaganda bélica alemana*, 109.

<sup>67</sup> Zeman, Z.A.B., *Nazi propaganda*. Londres, Oxford University Press, 1973, 40.

paganda para el extranjero dependería de las instrucciones y consignas dadas por el Ministerio de Asuntos Exteriores el cual, para llevarlas a cabo, podía disponer de toda la maquinaria del Promi. A pesar de todo, y como señalaba Boelcke es difícil que haya otra orden de Hitler que fuera más ignorada por las partes afectadas que ésta, por lo que Goebbels no cedió un ápice de su imperio de propaganda a Ribbentrop<sup>68</sup>.

Resultado de esta situación fue que en la Wihelmsplatz, la sede del Promi, se constituyese un auténtico Ministerio de Exteriores en miniatura. Para ello disponía Goebbels, dentro del entramado organizativo de su ministerio, de un *Departamento Extranjero*, que principalmente tenía a su cargo las tareas coordinadoras de la propaganda en el exterior del país y la determinación de toda la actividad propagandística en el extranjero. En el plano teórico su acción debía estar entrelazada con los correspondientes departamentos del MAE, del OKW (Mando Supremo de las Fuerzas Armadas), del Ministerio de Economía, la Organización Exterior del NSDAP..<sup>69</sup> En resumen, un auténtico entramado burocrático en el que, a pesar de la multiplicidad de instituciones, fue el Promi el que llevó la voz cantante en materia de propaganda exterior al menos hasta los últimos años de la contienda mundial.

Otro departamento muy importante dentro del Promi fue el de Prensa Extranjera, que junto con el de Prensa Alemana, formó un solo cuerpo hasta 1941. Constituía el último y definitivo filtro por el que debían pasar todas las noticias (nacionales o extranjeras) y comunicaciones oficiales antes de ser publicadas. Para la realización de estas actividades fue vital la “Ley de Redactores” (*Schriftleitergesetz*) de octubre de 1933, que sustituyó la figura técnica del editor por la de un “luchador” de los ideales nazis. Con la nueva ley el cargo de editor quedaba asimilado con el de un funcionario estatal, por lo que no podría ser desempeñado por nadie que no fuese ciudadano alemán. Pero lo más importante eran las restricciones que se les imponían a los editores. Éstos no podrían publicar nada que “hiriese”

a Alemania: su cultura, política o economía. Se establecía de manera legal el fin del derecho de crítica de los periodistas alemanes<sup>70</sup>. No había necesidad de censura porque, a partir de este momento, los editores ejercerían un papel más restrictivo que el de los propios censores. De esta manera toda la prensa nacional e internacional quedaba uniformada por el extenso manto que el Ministerio de Propaganda desplegaría dentro de la Alemania nazi<sup>71</sup>.

La emisión de consignas a la prensa y la vigilancia de la misma eran algunas de las funciones más destacadas del Departamento de Prensa. Con el inicio de la Segunda Guerra Mundial se crearon una serie de Negociados especializados en materia bélica. Uno de ellos era el Negociado Servicio de Información, que trabajaba día y noche analizando y seleccionando las noticias recibidas para su “adecuada redacción”. Destacaba también el Negociado *Servicio de Urgencia*, que efectuaba labores de contrapropaganda de todas aquellas informaciones extranjeras contrarias al Estado nazi. En este sentido, uno de los mayores esfuerzos de refutación de la propaganda Aliada lo constituyó la derrota del acorazado de bolsillo *Graf Spee*, orgullo de la Armada alemana. De esta manera, pese a los serios daños recibidos como consecuencias de los ataques de la flota británica en diciembre de 1940, se intentó presentar lo sucedido como un gran triunfo del crucero alemán<sup>72</sup>.

Otro Negociado a destacar era el de Censura Política y el de Observación de la Prensa que informaban a Goebbels, por medio de recortes periódicos, de la presentación, forma y contenidos de la prensa. La política usual consistía en suprimir materiales considerados como indeseables para el consumo alemán, para emplearlos simultáneamente en propaganda exterior si eran apropiados al respecto. Por ejemplo, las historias referentes a un supuesto canibalismo por parte de los soviéticos eran difundidas en países extranjeros, pero semejante material estaba proscrito en Alemania para que no aterrorizara a aquellos cuyos familiares estaban luchando contra los rusos<sup>73</sup>.

<sup>68</sup> Boelcke, Willi A., Op. cit., 111.

<sup>69</sup> Ibidem, 127.

<sup>70</sup> Hale, Oron J., *The captive press in the Third Reich*. New Jersey, Princeton University Press, 1964, 86-88.

<sup>71</sup> Boelcke, Willi A., Op. cit., 130.

<sup>72</sup> Maugham, Frederic, *Las mentiras como aliadas o Hitler en la guerra*. Londres, Oxford University Press, 1941, 27-28.

<sup>73</sup> Doob, Leonard W., “Goebbels y sus principios propagandísticos”, en Moragas, M. de (editor) *Sociología de la comunicación de masas*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1985, 484.

Las consignas elaboradas por el Departamento de Prensa se distribuían diariamente entre los periodistas a través de la Conferencia de Prensa del Promi y de forma concretísima en la Consigna diaria del Jefe de Prensa. Se trataba de concentrar todas las instrucciones importantes, órdenes y líneas de conducta que debía seguir la prensa.

Llama la atención, en este sentido, la conferencia pronunciada en marzo de 1938 por Otto Dietrich, Jefe de la Prensa Alemana, ante los Representantes Diplomáticos y de la Prensa Mundial, disconformes con la falta de libertad impuesta por el Reich. Dietrich intentaba comprender “las diferentes circunstancias en que los periodistas extranjeros tienen que desempeñar su misión”, pero indicaba que no había que empeñarse en “buscar lo negativo cuando hay tanto de positivo”. Y a pesar de ser su “deseo” ayudarles en la medida de lo posible, los corresponsales extranjeros no podían “pedir de nosotros lo que no podemos dar”; es decir, el Gobierno sólo proporcionaría aquella información “que pueda favorecer los intereses del pueblo [alemán]”. Concluía su declama excusándose en el hecho de que la censura en el Tercer Reich no era un caso aislado pues “como se sabe”, el periodista “está descontento en todos los países”<sup>74</sup>.

A estas consignas de “carácter público” les seguirían aquellas que se transmitían por conductos internos, tales como las enviadas diariamente a los periódicos alemanes, donde se precisaba qué noticias debían ser publicadas y cuáles silenciadas, lo que debía tratarse en los comentarios, y los sucesos que no debían ser comentados.

Casi al mismo tiempo que las directrices oficiales y las mencionadas instrucciones, las direcciones de los órganos de Prensa recibían el material informativo recogido y redactado por la “Agencia Alemana de Noticias” (DNB). La DNB, fruto de un acuerdo de 1934, se comprometía a facilitar al Ministerio de Asuntos Exteriores y al de Propaganda información extranjera especial, mientras

que, por su parte, ambos Ministerios se comprometían a cargar con una parte de los gastos de las dependencias extranjeras de la DNB<sup>75</sup>.

Fue, sin embargo, al Departamento de Prensa Extranjera al que le correspondió la difícil tarea de influir por todos los medios sobre la Prensa extranjera a favor de la Alemania nacionalsocialista, o al menos conseguir de ella la publicación de información que favoreciera los intereses del mando alemán. Especial atención se le concedía a la información diaria de las Agencias de Noticias extranjeras y de los corresponsales de periódicos acreditados en Berlín.

Otra de las obligaciones del Departamento de Prensa Extranjera consistía en la información y fiscalización de los servicios de los corresponsales y Agencias de Noticias alemanas en el extranjero, que distribuían su información en el mundo<sup>76</sup>. Para ello el Ministerio de Propaganda se valía de las instalaciones, por él financiadas, puestas a disposición de la Oficina de Prensa en el Extranjero. Por ella se conseguía la subvención y la dirección política de los periódicos destinados a las minorías alemanas en el extranjero. La exportación de periódicos y revistas alemanas al extranjero, así como la importación de publicaciones extranjeras en Alemania, era dirigida igualmente por el Departamento de Prensa Extranjera.

Al control del Promi tampoco escapaba la labor de los corresponsales de guerra, cuya organización competía también a la Wehrmacht. Los corresponsales quedarían agrupados en Compañías de Propaganda, que debían cumplir tres objetivos: propaganda en el frente; propaganda en la patria; y propaganda dirigida al enemigo<sup>77</sup>.

Dentro de la política propagandística nazi sobresalieron dos temas: el comunismo y el judaísmo. La propaganda antisemita, consecuencia lógica de las teorías racistas imperantes en la Alemania nazi, fue el talón de Aquiles de la propaganda exterior de Hitler, ya que facilitó en el extranjero la movilización de las fuerzas antihitlerianas debido a

<sup>74</sup> AGA, Presidencia, SGM, caja 20891. “Pacto de No Agresión de la Prensa”.

<sup>75</sup> Boelcke, Willi A., Op. cit., 134-136.

<sup>76</sup> En España, por ejemplo, circulaban las hojas del Deustcher Fichte (Liga Universal pro Veritas) cuyos objetivos eran: 1) Defensa de la paz y de la inteligencia entre los pueblos informando directamente y objetivamente sobre la nueva Alemania, y 2) Lucha por la cultura y la civilización, difundiendo la verdad sobre el bolchevismo, sus autores y peligros. AGA, Presidencia, SGM, caja 20497.

<sup>77</sup> Boelcke, Willi A., Op. cit., 113-114.

la brutalidad con que se mostraba la figura del judío. En vez de suscitar odio hacia el pueblo hebreo provocó la indignación de numerosos intelectuales de todos los países. Nómbrese el rechazo que provocó, entre otros, el film *El judío errante* (1940) de Fritz Hippler<sup>78</sup>.

En referencia al comunismo hay que señalar que, tras su eliminación en el interior del Estado germano, los esfuerzos propagandísticos se dirigieron a combatirlo en el exterior. Se creó un Departamento, dependiente de Goebbels, conocido desde 1934 como *Antikomintern*, cuya razón de ser era contrarrestar las informaciones “tendenciosas y peligrosas” del *Komintern* alrededor del mundo. Para ello debía “abrir los ojos a la gente” acerca de las “subversivas y revolucionarias” intenciones de los comunistas y destruir las historias de terror que difundía sobre el Tercer Reich<sup>79</sup>.

El Antikomintern llevaba a cabo la crítica de la URSS contraponiendo, a ojos de la opinión internacional, los sistemas políticos soviéticos y nazis, al objeto de “probar” lo trivial e injusto que era el funcionamiento del régimen comunista. De este modo, se ponía en palestra que: en Rusia se había producido la total erradicación de la agricultura y los campesinos mientras que en el Reich se promulgó la *Erbhofgesetz*, que favorecía la transmisión de las propiedades agrícolas entre los agricultores; en Rusia la religión, las iglesias y los sacerdotes habían desaparecido, en cambio Alemania se declaraba a favor de la Cristiandad; Rusia había eliminado a sus enemigos políticos y en el Estado nazi éstos eran tratados con “generosa indulgencia”<sup>80</sup>. Se trataba, sencillamente, de la explotación máxima del principio de la exageración y la desfiguración, de dirigir, en definitiva, el odio nazi hacia un objetivo específico: los bolcheviques.

Un significativo cambio con respecto a la URSS se operó tras el Pacto Ribbentrop-Molotov, el 23 de agosto de 1939, que dio luz verde a la agresión alemana a Polonia y fue el prelude de la repar-

tación de Europa entre las potencias totalitarias. Ya en mayo de 1939 el Reichspropagandaleitung, justo cuando se estaban gestando las negociaciones entre Berlín y Moscú, comunicó a la prensa alemana que se debería abstener, por el momento, de atacar a la Unión Soviética. Desde este momento se inició una campaña, controlada hasta el más mínimo detalle, para hacer “digerible” ante la opinión pública alemana el pacto con el hasta entonces “satanizado” Stalin. Se prohibió a los periodistas establecer diferencias entre ambos regímenes; éstos deberían limitarse únicamente, y hasta nueva orden, a señalar las ventajas político-territoriales del acuerdo firmado con la URSS<sup>81</sup>. Esta tregua hacia el vecino del este duró hasta el 22 de junio de 1941, momento en el que las tropas nazis cruzaron la frontera soviética. Una semana después de este ataque se comunicó a la prensa, desde el Ministerio de Propaganda, que la rotura del pacto había sido provocado por la creciente ascensión del bolchevismo por toda Europa, por tanto, era deber de Alemania –en un acto de solidaridad europea– hacer frente al enemigo común, al “opresor de toda cultura humana y civilización”<sup>82</sup>.

Desde el comienzo de la guerra, el Promi fue perdiendo fuerza en favor del estamento militar. El departamento *Wehrmachtspropaganda* del OKW se convirtió en el principal responsable de la comunicación de todos aquellos sucesos acaecidos en el frente de combate. Esta situación y el propio devenir de la contienda provocaron, desde finales de 1942, un cierto pesimismo en las consignas dictadas por el Promi sobre el desenlace de la guerra. Goebbels señaló, en enero de 1943, a los jefes de departamento del Ministerio de Propaganda que “yo mismo quiero ver desaparecer de mi mente y de la de este Ministerio la idea de que no podemos perder la guerra. Por supuesto que podemos perderla”<sup>83</sup>.

La propaganda debería insertarse, desde este momento, en el contexto de una guerra total. Y

<sup>78</sup> Tehakhotine, Serge, “El secreto del éxito de Hitler: la violencia psíquica”, en Moragas, M. de (coord.), *Sociología de la comunicación de masas*, 514.

<sup>79</sup> Jacobsen, Hans-Adolf, “The structure of Nazi Foreign Policy, 1933-1945”, en Leitz, Christian (coord.), *The Third Reich*. Oxford, Blackwell Publishers, 1999, 75.

<sup>80</sup> *Ibidem*, 78.

<sup>81</sup> Zeman, Z.A.B., *Op. cit.*, 109-110.

<sup>82</sup> *Ibidem*, 157.

<sup>83</sup> *Ibidem*, 165.

para que la propia moral de la población no decaiese era necesario apelar desde los medios de información a los instintos defensivos básicos de la nación, a sus odios y miedos. Hasta los últimos días de la guerra Goebbels señaló, desde su privilegiada tribuna, al bolchevismo y al judaísmo como responsables últimos del desfallecimiento de Alemania en los campos de batalla: “detrás del ataque de las divisiones bolcheviques nosotros contemplamos a los comandos judíos de exterminio”<sup>84</sup>.

Los últimos coletazos propagandísticos nazis, una vez rodeada Berlín por las tropas soviéticas, se dedicaron a promover entre el pueblo germano la necesidad de un último esfuerzo, de resistir hasta el final. En este contexto, a finales de abril de 1945, el Promi impulsó la última película de factoría nazi, *Kolberg*, donde se mostraba a la población alemana la heroica defensa de los pueblos prusianos ante el ataque de Napoleón<sup>85</sup>. Era el punto y final de un proyecto propagandístico totalitario que, a lo largo de doce años, había creado e impulsado una cultu-

ra supeditada a los intereses nazis, disponiendo para ello de los medios propagandísticos más modernos y sofisticados jamás conocidos en la historia de la humanidad.

No sólo fueron las fuerzas de las armas las que motivaron el fin de este ministerio, pues el Promi adoleció de una serie de defectos que, con el transcurrir del tiempo, le llevaron a una pérdida de protagonismo en favor de otros organismos del Estado nazi y a su propio fracaso. En el aspecto de la propaganda exterior una de las mayores deficiencias respondió a la escasez de personal con la suficiente preparación en temas de política internacional. Además, en muchos países se produjo únicamente un trasplante de la propaganda interior que se consumía en el Reich, sin adecuarse al contexto político y sociocultural en la que ésta tenía que desarrollarse. Se explica, así, el fracaso en numerosas regiones de la propaganda antisemita, que si bien triunfaba dentro de las fronteras alemanas, en el campo exterior creó más malestar que simpatías.

<sup>84</sup> Ibidem, 172.

<sup>85</sup> El 17 de abril de 1945, con los rusos a las puertas de Berlín, Goebbels invitó a una proyección de *Kolberg* a los pocos fieles que quedaban en el Búnker de Hitler y les soltó el siguiente discurso: “Dentro de cien años, cuando se proyecte en los cines una gran película en color sobre los hechos que estamos viviendo actualmente, ¿qué papel interpretaréis, el de héroes o el de cobardes? Seguro que no tenéis ninguna duda y no querréis que el público os silbe cuando aparezcáis en la pantalla...”. Vid., España, Rafael de, *El cine de Goebbels*. Barcelona, Editorial Ariel, 2002, 164.