

VOL VIURE EN
#CATALUNYALLIBERTAT

Propaganda d'estat

MEMÒRIA • La periodista Ester Boquera publica 'Aixafem el feixisme', una minuciosa investigació sobre el Comissariat de Propaganda de la Generalitat durant la Guerra Civil **SINGULARITAT** • Catalunya emprava tècniques comunicatives pròpies, diferenciades de les del franquisme i el govern de la República, gràcies a la influència del potent sector publicitari dels anys 30

Emili Bella
BARCELONA

Catalunya va tenir durant la Guerra Civil un estil propagandístic propi diferenciat del franquista, tutelat per l'autoritat militar, i del que utilitzava el govern de la República espanyola, molt marcat per les directrius del Partit Comunista. La visió estratègica de Jaume Miravittles, foguejat en la preparació de l'Olimpíada Popular i com a secretari general del Comitè Central de Milícies Antifeixistes, va portar a la creació, sota l'ègida del president Lluís Companys i amb la vènia de l'aleshores conseller primer i de Finances, Josep Tarradellas, del Comissariat de Propaganda, una autèntica estructura d'estat creada la tardor del 1936. Amb la investigació *Aixafem el feixisme* (Publicacions de l'Abadia de Montserrat), basada en la seva tesi premiada per l'Institut d'Estudis Catalans, la periodista i doctora en comunicació Ester Boquera (Martorell, 1978) omple un buit documental sobre aquest organisme sense precedents a l'Estat, que es va singularitzar pel fet de beure de l'efervescència del sector publicitari català i va utilitzar tècniques pròpies de l'àmbit comercial. Es pot dir que els seus professionals van passar de promocionar licors i mitges a posar-se al servei de la propaganda de guerra.

“Un dels factors diferenciadors era que Catalunya era la capital de la publicitat dels anys 30. És a Catalunya on som pioners a publicar el primer llibre de publicitat que hi ha al món, de Pere Prat Gaballí, del 1917”, recorda Boquera, que ha escodrinyat durant anys arxius d'aquí i d'arreu del món (París, Washington, Nova York...) per teixir un fil conductor que reconstrueix i contextualitza la vasta producció del comissariat i identifica 350 persones que hi van participar. “Hi treballen els millors intel·lectuals que estan disponibles a la reguarda. És un dels valors de la propaganda de la Generalitat *versus* la franquista: aquí qui desenvolupa la propaganda són professionals de la comunicació, escriptors i intel·lectuals, no el poder militar”, observa la periodista.

No sempre, però en general, la tasca del comissariat, segons Boquera, en contrast amb el govern de la República, defugia l'anomenada propaganda d'atrocitats: “De cara enfora, el comissariat dona valor



La periodista Ester Boquera, a l'antiga seu del comissariat, a la Diagonal ■ JUANMA RAMOS

al poble català i ofereix la imatge d'un país treballador i pacífic. Aquest to de la propaganda de la Generalitat entrava en contradicció formal amb la del govern de la República, que sobretot destacava les desgràcies, les destrosses de l'aviació feixista, nens morts...”

La periodista retrata Miravittles, de qui l'escriptor André Malraux deia que era “el somriure de la República”, com una persona amb funcions més enllà de les que correspondria a un comissari o a un director general de comunicació. S'escriu, per exemple, amb el president del Consell de Ministres, Juan Negrín, amb familiaritat. Però al marge de Miravittles, pal de paller del comissariat, Boquera reivindica la figura de Pere Català Pic, autor del cèlebre cartell *Aixafem el feixisme*, que mostra una espartdenya que trepitja una esvàstica del revés. “N'és un dels homes forts, un dels

importadors de la innovació i les tècniques publicitàries a la propaganda de la Generalitat”, destaca Boquera.

El llibre relata la gènesi del seu fotomuntatge icònic i aporta un possible perquè de l'esvàstica invertida. És potser l'obra més reconeguda del comissariat, juntament amb l'estatueta *El més petit de tots*, tot un fenomen de marxandatge a l'època, que, segons revela Boquera, es podia comprar amb la bandera del País Basc. La figureta exemplifica com el règim franquista estava plenament al corrent de la propaganda de la Generalitat, fins al punt que intentava emular-la. La dictadura va versionar la figureta amb simbologia feixista i va replicar amb els seus eslògans postals que el comissariat enviava a l'estranger per mostrar la destrucció provocada per l'aviació feixista.

Boquera també rescata la dada

inèdita que un dels publicitaris més destacats de l'Estat, Rafael Bori, va ser el cap tècnic de publicitat del comissariat. Bori va ser detingut el 1938 pel Servei d'Investigació Militar (SIM) i va morir a la txeca de Sant Elies de Barcelona. El llibre conté dades noves, amb testimonis en primera persona, com el d'una de les telefonistes del comissariat, a més de material propagandístic poc conegut editat per la Generalitat republicana.

Pel fet de ser un comissariat i no una conselleria, l'organisme sobreviu a les crisis de govern continuades fins a l'arribada dels sollevats. Si bé té una composició transversal, liderat per Miravittles, d'ERC, amb delegats de les forces que també formen el govern de la Generalitat (el PSUC-UGT, la CNT i el POUM), el comissariat no està exempt de pugnes per controlar-lo, sobretot per part del PSUC, que caricaturitzava Miravittles via *L'Esquella de la Torratxa*.

Fake news, fact checking... Avui està de moda dir-ho en anglès, però una de les funcions que desenvolupava el comissariat era la de desmentir rumors i combatre la maledicència. “Des de Madrid acusaven Catalunya de desinhibir-se de la guerra. Corria la brama que no hi participava i el comissariat va engagar tot un argumentari, esgrimint el nombre de combatents catalans al front i la participació en les indústries de guerra amb fabricació d'armes”, explica Boquera. En el marc d'una campanya de descàndit, alguns mitjans de dretes asseguraven que el president Companys havia fugit del país. Per contrarestar el rum-rum que Catalunya no se solidaritzava amb Madrid, Companys va pronunciar des de la Monumental de Barcelona el conegut discurs “*Madrileños, ¡Cataluña os ama!*” Després dels Fets de Maig del 1937 es van agreujar aquestes acusacions “com una manera del govern de la República d'anar retallant competències”. El comissariat va organitzar aleshores una visita del president al front de Madrid.

Per il·lustrar la importància de la propaganda, Boquera, que treballa en l'àmbit de la comunicació institucional i és professora associada a la Universitat Ramon Llull, denuncia que quan encara avui es parla del bàndol *nacional* “és una victòria de la propaganda franquista”: “Com t'anomenes tu mateix és l'essència de la propaganda. Alçament o rebel·lió militar?” ■

350

persones ha identificat Boquera com a treballadors del Comissariat de Propaganda de la Generalitat, que va operar entre l'octubre del 1936 i el final de la Guerra Civil.

VOL VIURE EN
#CATALUNYALLIBERTAT



Eulàlia Reguant i Basha Changue, ahir a l'Orfeó Martinenc, en una roda de premsa ■ JPF

CUP: alternativa a la “sociovergència republicana”

■ Els cupaires celebren unes jornades municipalistes i llancen la candidatura a Barcelona ■ Reguant insisteix en l'esmena a la totalitat al pressupost de la Generalitat

Jordi Panyella
BARCELONA

El moviment polític ocorregut la setmana passada amb el pacte entre ERC i el PSC per l'aprovació del pressupost de la Generalitat ha alterat el mapa polític català i el discurs de tots els partits, en un moment en què la campanya per les municipals del maig ja va llançada. Si des de Junts per Catalunya s'interpreta que l'acord que donarà llum verd als números del govern és el retorn al tripartit, ahir des de la CUP es va anar més enllà marcant una ratlla entre la seva formació i la resta de partits polítics. En aquest sentit, els cupaires presenten la seva opció com l'“alternativa a la sociovergència republicana”.

La CUP es va reunir ahir a Barcelona en una jornada municipalista per llançar la candidatura de Basha Changue a l'alcaldia de la capital del país amb el nom de “l'alternati-

‘La Barcelona que lluita’

La CUP concorrerà a les eleccions per l'alcaldia de la capital del país amb el nom de “l'alternativa” i amb el lema *La Barcelona que lluita*. Com és habitual en les propostes electorals, els cupaires presenten una llista en què s'incorpora la sensibilitat de diverses associacions, amb Basha Changue al cap-

va”. En un moment en què l'independentisme ha deixat d'anar de bracet, des de la CUP es reforça ara el discurs de tall social marcant diferències entre la seva opció i la resta, que engloben en aquest concepte de “sociovergència republicana”.

Acompanyant Changue, la diputada Eulàlia Reguant va comparèixer davant dels mitjans de comunicació per recuperar aquell concepte de “paperera política” on acaben algunes estratègies i alguns actors, com al seu dia va

davant. Ahir, la cap de llista no va voler comentar les enquestes que donen una victòria ajustada a l'opció de Xavier Trias i possibilitats de tornar al consistori a la CUP. Changue avisa que encara falten quatre mesos per anar a votar i que “ara és el moment de debatre sobre el model de ciutat”.

passar amb Artur Mas. Ara bé, des de la CUP s'entén que són uns altres els que han obert ara la brosa, i en aquest sentit Reguant va lamentar que s'hagi “llençat a la paperera un gran pacte polític i de l'autodeterminació”.

Reguant va assegurar que la decisió del seu partit és presentar una esmena a la totalitat al projecte de pressupost de la Generalitat quan es debati al Parlament. Des de la CUP es considera que, en la proposta de la consellera Natàlia Mas, hi ha “un atri-

mament del sector públic”. Reguant no va dubtar a definir el pressupost del govern d'ERC com “el pitjor des del de les retallades d'Artur Mas”. La diputada cupaire sosté que el pressupost que s'acabarà aprovant és el de Josep Sánchez Llibre, president de la patronal Foment del Treball. Segons la diputada, ara com ara, a Catalunya hi ha tres governs, el de Pere Aragonès, el de Salvador Illa i el del president de la patronal, i considera que la legislatura està esgotada.

Colau i Maragall

Des de la CUP s'assegura que el pressupost pactat al Parlament “és també el de Colau i Maragall”, a qui el partit fa responsables de la “política de mercantilització” de la ciutat de Barcelona. En aquesta estratègia, els cupaires posen al mateix nivell Xavier Trias, Ada Colau i Jaume Collboni, i és per aquest motiu que es presenten com “l'esmena a la totalitat a la marca Barcelona de la sociovergència”.

Reguant no va voler valorar si el pressupost de la Generalitat destina més o menys diners a Barcelona –350 milions, segons va dir Ernest Maragall dissabte–, però sí que va insistir que, “més important que la quantitat, és veure on van a parar aquests diners”, i va marcar distàncies amb projectes vinculats al món del diner i el turisme com ara la copa d'Amèrica i l'ampliació de l'aeroport del Prat. ■

TANTXTANT

Modest Guinjoan



Mercats de l'economia catalana

Un dels aspectes més rellevants de l'any 2022 dintre del procés de recuperació postpandèmica ha estat el bon dinamisme de l'exportació. Amb la bona evolució de les darreres dècades, tot sembla indicar que aviat se superaran els 100.000 milions, una xifra respectable pel que és l'economia catalana. És prou conegut que el creixement de les vendes als mercats exteriors, un fet no pas exclusiu de l'economia catalana, ha anat a remolc d'una creixent globalització de la producció i del consum.

En aquest context, situats en el moment actual, quina importància tenen els mercats tradicionals? Vegem el que ens en diu l'estadística amb dades tancades del 2021



Contenidors al port de Barcelona ■ J. RAMOS

d'una font com C-Interreg, que en fa l'estimació des del 1995, referida específicament al béns físics, deixant de banda els serveis, com per exemple el turisme.

El 1995 el primer mercat de Catalunya era la resta de l'Estat espanyol, que representava el 40% de les vendes del país. El 2007 aquest mercat, que continuava essent el més important, havia baixat el seu pes relatiu fins al 35%; i el 2021 havia passat a significar el 27% del total. També les vendes destinades al propi mercat català han presentat una clara tendència a reduir el seu pes relatiu: 36% el 1995, 33% el 2007 i 24% el 2021. El mercat més dinàmic ha estat (i continua essent) el de la venda a altres països, que representaven el 23% del total el 1995 i el 2021 s'havia enlairat fins al 49%.

Resulta rellevant el fet que el creixement de la venda a altres països ha provocat una mena de tisona comercial durant el període considerat. Del total de vendes a l'exterior (sense considerar les internes de Catalunya), s'han capgirat les importàncies relatives dels mercats, el 1995 el 36% se n'anava a l'exportació i el 64%, a la resta de l'Estat; el 2021 els percentatges s'han intercanviat, el 36% es ven a Espanya i el 64% és exportació. I tot té traces que aquesta tendència continuarà...



licitació pública del subministrament d'equips d'impressió i de multifunció, en les modalitats de compra i arrendament, amb destinació a les entitats locals de Catalunya

El Consorci Català pel Desenvolupament Local (CCDL) ha convocat licitació pública del subministrament d'equips d'impressió i de multifunció, en les modalitats de compra i arrendament, amb destinació a les entitats locals de Catalunya, a través d'un Acord marc, amb un pressupost de licitació de 6.957.500,00 € (IVA inclòs) i un valor estimat de l'Acord marc de 14.950.000,00 € (IVA exclòs).

La presentació de propostes s'haurà de realitzar mitjançant l'eina del Sobre Digital 2.0, fins el dia 3 de març de 2023, a les 23:59 hores.

Les bases de la convocatòria es poden consultar a www.ccdl.cat o al perfil de contractació de l'entitat.

Barcelona, 6 de febrer de 2023

El President del Consorci
Lluís Soler i Panisello