

Las campañas propagandísticas de la España sublevada: los *entrefilets* de la Guerra Civil en *Diario de Burgos* y *El Castellano*

Espainia sublebatuaren propaganda kanpainak: Gerra zibilen entrefilets-ak Diario de Burgos eta El Castellanon

The propaganda campaigns of the insurrection in Spain: press snippets from the Civil War in the *Diario de Burgos* and *El Castellano*

Clara Sanz-Hernando*
 Universidad de Extremadura

RESUMEN: Uno de los principales objetivos de los golpistas durante la Guerra Civil fue controlar los medios de comunicación. Reducidos a armas ideológicas al servicio de los insurgentes, este trabajo analiza la propaganda oficial emitida a través de los *entrefilets* —lemas políticos— en los diarios de la capital de la España sublevada, *Diario de Burgos* y *El Castellano*. A través de un análisis cuantitativo, cualitativo y comparativo de sus portadas, se observa que su presencia fue destacada y que en ambos periódicos se reiteraron las mismas temáticas dirigidas a ganar la guerra y al adoctrinamiento de la población.

PALABRAS CLAVE: *Diario de Burgos; El Castellano; entrefilets; España; Guerra Civil, propaganda.*

ABSTRACT: *One of the principal objectives of the anti-government forces during the Spanish Civil War was control over the communications media. Reduced to an ideological weapon at the service of the insurrectionists, official propaganda was published in press snippets —political slogans— in the Diario de Burgos and El Castellano, the newspapers of the capital of the insurrection in Spain. Their notable presence is observed through a quantitative, qualitative, and comparative analysis of the front pages. They reiterated the same themes directed both at winning the war and at indoctrinating the population and their publication was linked to the changing fortunes of the conflict.*

KEYWORDS: *Diario de Burgos, El Castellano, press snippets, Spain, Civil War, propaganda.*

* **Correspondencia a / Corresponding author:** Clara Sanz-Hernando. Departamento de Información y Comunicación. Facultad de Ciencias de la Documentación y de la Comunicación de la Universidad de Extremadura. Plazuela Ibn Marwan, s/n (06071 Badajoz) – clarasanz@unex.es – <https://orcid.org/0000-0003-3127-8876>

Cómo citar / How to cite: Sanz-Hernando, Clara (2020). «Las campañas propagandísticas de la España sublevada: los *entrefilets* de la Guerra Civil en *Diario de Burgos* y *El Castellano*», *Zer*, 25(49), 129-151. (<https://doi.org/10.1387/zer.21463>).

Recibido: 08 febrero, 2020; aceptado: 10 abril, 2020.

ISSN 1137-1102 - eISSN 1989-631X / © 2020 UPV/EHU



Esta obra está bajo una licencia
 Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

Introducción

El levantamiento del general Franco contra el legítimo Gobierno republicano y la posterior Guerra Civil (1936-1939) provocó una ruptura con el periodo liberal y democrático que representó la Segunda República. A la sanguinaria represión que aplicaron los insurgentes para exterminar al oponente (Espinosa, 2002; Preston, 2016; Rodrigo, 2008), le siguió la intervención de los medios de comunicación, una de sus primeras preocupaciones desde el comienzo de la contienda.

Se impuso la censura militar (Sinova, 1989) hasta la formación del primer Gobierno de Burgos, el 30 enero de 1938, cuando Franco decidió poner en manos de la Falange el control de la información. Bajo la responsabilidad del ministro del Interior, Ramón Serrano Suñer, nació la Ley de Prensa de 1938, que incorporó la doctrina fascista de Benito Mussolini y las ideas del ministro de Propaganda de Hitler, Joseph Goebbels, en lo que al control de fuentes y consignas en la confección del mensaje se refiere. Añadió también la censura previa, que la acercaba al modelo de prensa del Portugal de Salazar.

El nuevo marco legal acabó con la pluralidad informativa para dar paso a una prensa dogmática y excluyente. En las ciudades donde la sublevación militar triunfó, el mando clausuró primero todos los medios proclives a la República y, acto seguido, puso en funcionamiento sus propios periódicos y emisoras (Gómez & Tresseras, 1989). Además, de un sistema libre —más o menos imperfecto— se pasó a otro autoritario basado en un férreo control de los medios de comunicación. Convertidos en «institución nacional», sobre ellos recayó la misión de calar en las conciencias de los lectores propalando códigos ideológicos, principios políticos, formas de pensamiento y pautas de conducta para conseguir su total sumisión al nuevo Estado (Martín de la Guardia, 1994).

La Ley de Prensa de 1938, la más restrictiva de la historia de España (Barrera, 1995; Chuliá, 2001), aseguró la unificación en la orientación ideológica de todos los periódicos a través de un potente sistema de censura y consignas (Fernández Areal, 1973; Terrón, 1981); el control de las empresas mediante la preceptiva autorización administrativa para la creación de publicaciones y el nombramiento de directores, y una implacable purga de la profesión a través del Registro Oficial de Periodistas (ROP), que configuró una clase periodística sumisa con el poder y sometida a una severa vigilancia (Núñez, 1997).

Para garantizar la unanimidad que se perseguía, la Falange fue incautando los medios liberales y republicanos que, con el Decreto de Unificación de la Falange Española Tradicionalista y de las JONS de abril de 1937, pasaron a depender del nuevo Estado, constituyendo lo que más tarde se conocería como la cadena de la Prensa del Movimiento (González, 1990; Zalbidea, 1996). ¿A qué prensa, además de a la mo-

vimentista, dejaron seguir adelante los insurrectos? Continuaron las cabeceras conservadoras, carlistas y católicas, si bien mermadas en su número. Desaparecieron casi 200, subsistieron 54 y surgieron otras 50 (Chuliá, 2001: 64).

Los diarios burgaleses objeto de este estudio, *Diario de Burgos* y *El Castellano*, se encontraban entre los que permanecieron (Saiz, 1988; Sánchez & Barrera, 1992; Seoane & Saiz, 2007). Mientras Madrid se mantenía como capital de la España republicana, Burgos se convirtió en la de la España sublevada. Fue la ciudad elegida para que Franco fuera exaltado a la Jefatura del Estado y para nombrar su primer Gobierno, acaparando a partir de ese momento un absoluto protagonismo.

Este trabajo profundiza en la propaganda que, a través de los *entrefilets*, ofrecieron durante la conflagración armada estas publicaciones. Los también denominados «entre filetes» (Sinova, 1989: 136) eran anuncios políticos, frases de discursos de Franco, José Antonio Primo de Rivera... lemas de la Falange dirigidos al adoctrinamiento de la población y que aparecían generalmente en la primera página y destacados con un tipo de letra distinta. Estas frases que se intercalaban entre las noticias contenían mensajes subliminales (Zalbidea, 1994: 342) que buscaban modificar creencias y conductas con el constante y continuo repicar de ideas y pensamientos. Elaboradas por los servicios de Prensa de los facciosos, los mismos que enviaban las consignas o censuraban los periódicos, tres eran las ideas que buscaban prendiesen en la población: obediencia, servicio y sumisión.

La historiografía ha hecho referencia a estos lemas, pero no ha profundizado, sin embargo, en su alcance. Sí se han analizado, no obstante, las principales temáticas que abordaron los «entre filetes» durante el primer franquismo (Fandiño, 2009: 382), que se dirigían a la construcción de la imagen del caudillo; a aspectos políticos como a las elecciones sindicales de 1944; a la Ley de Sucesión de 1947, y a responder al aislamiento internacional o a los rumores que circulaban de boca en boca y que preocupaban a las autoridades, como las cuestiones del estraperlo o la vivienda.

Teniendo en cuenta que estos eslóganes constituían la propaganda más directa, lógicamente complementada a través de las mil y una consignas que llegaban a las redacciones, nuestras preguntas de investigación son las siguientes:

1. ¿Qué tipo de mensajes constituyeron el grueso de las campañas propagandísticas durante la Guerra Civil, en qué cuestiones incidieron y en relación con qué objetivos?
2. ¿Cuál fue el papel de los *entrefilets* en la estrategia propagandística de los sublevados?
3. ¿Qué procedimientos estilísticos y de diseño emplearon?
4. ¿Cuál fue el grado de coincidencia entre los rotativos analizados? ¿Y respecto a otros de la zona nacional?

1. Metodología

Para examinar los *entrefiletos* se ha optado por escrutar las portadas de ambos rotativos por ser el lugar preferente donde se ubicaban. El periodo que comprende este estudio abarca del 18 de julio de 1936 al 30 de abril de 1939. Mediante un muestreo estadístico se han analizado 240 primeras páginas de cada diario. Se han obtenido 2.500 registros, de los que 1.264 (50,6%) corresponden a *Diario de Burgos* y 1.236 (49,4%) a *El Castellano*. De estos, el 77,5% (1.938) son textos periodísticos; el 16,2% (404) «entre filetes» y el 6,3% (158) restante es publicidad. Nuestro objetivo, por tanto, es analizar esos 404 lemas, de los que el 48,5% (195) corresponden a *Diario de Burgos* y el 51,7% (209) a *El Castellano*. La fiabilidad de la muestra es del 95% y el margen de error del 2%.

La metodología empleada es el análisis de contenido, que permite combinar la observación e interpretación de datos a fin de realizar inferencias sobre el mensaje, atendiendo tanto al texto como a su contexto. De los dos tipos de análisis de los que habla Andréu (2002) —temático y semántico—, este trabajo opta por el enfoque temático, dado que el corpus se ha organizado en siete categorías. En los lemas analizados se han identificado estas variables: la fecha de publicación, que permitirá ver si estos lemas atendieron a cuestiones de actualidad u oportunidad; el ámbito geográfico, a fin de averiguar cuáles de ellos se dirigen a la población local; presentación gráfica, para determinar su ubicación dentro de la portada y los recursos visuales utilizados para destacarlos; el lenguaje que emplean, y quiénes los protagonizan.

En la investigación se emplean, además, técnicas predominantemente cualitativas para atender al desarrollo de los ejes temáticos, su tratamiento y el posicionamiento de los diarios. Observaremos cómo se concretan las particularidades de estos mensajes persuasivos y fuertemente tendenciosos en los recursos lingüísticos y expresivos. A esta metodología mixta, se añade finalmente un análisis comparativo para contrastar las diferencias y/o semejanzas que presentaron los mensajes de ambos rotativos.

2. Los periódicos de Burgos

Los únicos representantes de la prensa burgalesa cuando estalló la Guerra Civil eran *Diario de Burgos* y *El Castellano*, que se posicionaron indubitadamente a favor de los insurgentes. El liberal y conservador *Diario de Burgos* nació en 1891 como un «Diario de avisos y noticias» de la mano de Juan García Rubio, secretario de Sala de la Audiencia de Burgos. Al año siguiente su propiedad recaería en Juan Albarellos Berroeta, que será también su director hasta su muerte, 30 años después. Fue un periodista que aportó modernidad al periodismo local y consolidó los contenidos de proximidad (Chomón, 2017: 539). Su hermano, el militar de carrera Ignacio Al-

barelos, se puso al frente del periódico en 1922, asumiendo su propiedad y su dirección. Durante el periodo que nos ocupa será, por tanto, el responsable de la publicación.

Por lo que a *El Castellano* concierne, fue un periódico ultracatólico fundado en 1900 por la Real Federación Burgalesa de Sindicatos Agrícolas Católicos. En 1931 Francisco Estévez, diputado a Cortes, se hizo con la propiedad y la dirección hasta su desaparición en 1941. *El Castellano* cerró junto con otras cabeceras católicas como consecuencia de la dureza que impuso la Ley de Prensa de 1938 en cuanto a los nuevos requisitos que habían de cumplir las publicaciones periódicas en España (Andrés-Gallego, 2002: 557-569).

La influencia de ambos rotativos fue similar. Si bien no existen datos sobre sus tiradas en el periodo de la guerra, sí se conoce las que presentaban a principios de 1940, que se situaban, en ambos casos, en 4.000 ejemplares diarios (Paz, 1988: 1148).

3. La propaganda franquista

Si, tal y como señala Pizarroso (1990: 35), la propaganda consiste en el control del flujo de la información, la dirección de la opinión pública y la manipulación de conductas, y sobre todo de modelos de conducta, los *entrefilets* se ajustan bien a esta forma de comunicación que implica un proceso de información y otro de persuasión. Su confección incorporó las técnicas propagandísticas de la simplificación del mensaje; la exageración, minimización o desfiguración de la información; la repetición, y la descalificación y ridiculización del adversario.

Durante la Guerra Civil la propaganda fue una forma de violencia a través de la que se construyó una «cultura de guerra» en la que operaron varios conceptos unidos transversalmente por la idea de nación: la imagen del enemigo, la exaltación del caudillo y el culto a los caídos. Conceptos que «operaron binariamente al oponerse el bien y el mal, lo sagrado y lo profano, en la lucha por la redención de España» (Sevillano, 2014: 227).

Con el estallido de la Segunda Guerra Mundial, el politólogo Franz Neumann (1943) se refirió a que la propaganda fue, no un sucedáneo de la violencia, sino uno de sus aspectos: «Ambas tienen la finalidad de que los hombres se sometan al control ejercido desde arriba. El terror y su manifestación en propaganda van de la mano» (citado en Sevillano, 2007: 176). ¿Y de qué medios se sirvió la propaganda nazi para inocular esta violencia? El filólogo alemán Víctor Klemperer (2003) considera que más que los discursos y declaraciones de Hitler y de Goebbels contra el judaísmo o el bolchevismo, que se captaban a través del pensamiento y el sentimiento conscien-

tes, fueron mucho más eficaces las palabras aisladas, las expresiones, las formas sintácticas que se imponían repitiéndolas millones de veces y que eran adoptadas de forma mecánica e inconsciente. Apuntó que las palabras actúan «como dosis infinitas de arsénico: uno las traga sin darse cuenta, parecen no surtir efecto alguno, y al cabo de un tiempo se produce el efecto tóxico». Los nazis habrían invertido el significado de algunos vocablos, de forma que la modificación de su valor y la reiteración de su nuevo significado los puso al servicio de su «terrorífico sistema» e hizo del lenguaje «su medio de propaganda más potente, más público y secreto a la vez» (citado en Sevillano, 2007: 177-178).

La construcción de los «entre filetes», plenos de términos que se bombardearon con un significado invertido y alterado al servicio de la causa de Franco, ejemplifica bien esta violencia propagandística utilizada por los insurgentes. Su presencia en las portadas de la prensa burgalesa fue significativa —representan, como hemos adelantado, el 16,2% de sus contenidos—.

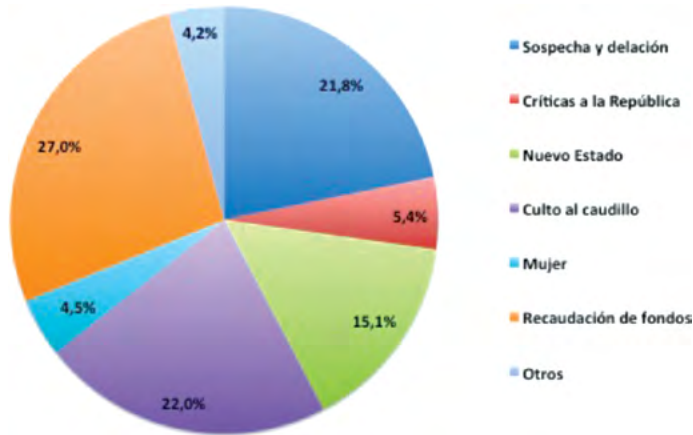
En su presentación dominaba el componente textual. Para que destacaran con respecto al mar de letras que inundaba las páginas, se empleaba una familia tipográfica distinta o, dentro de la misma, se cambiaba el estilo o se aumentaba el tamaño. Además, se incluía otro recurso visual para enfatizarlos: los filetes, denominación que se corresponde con toda línea vertical u horizontal que aparece en la página de un periódico (Armentia & Caminos, 2002: 174). El texto quedaba, pues, acotado por dos líneas horizontales que se disponían por arriba y por debajo, de manera que el lema quedaba embebido entre los filetes superior e inferior —de ahí la denominación «entre filetes»—, que hacían también la función de separar esos textos de otros que aparecían en primera. En ocasiones, para realzarlos aún más, cuatro filetes constituían un recuadro para enmarcar los textos.

Las ubicaciones que se elegían para insertarlos no respondían a un criterio determinado. Se encajaban allí donde había un espacio disponible y sin atender a una pauta establecida. Pero no todos. De los 39 (9,6%) que se llevan al lugar preferente de la cabecera, 36 los protagoniza Franco —20 en *El Castellano* y 16 en *Diario de Burgos*— para magnificar su figura o destacar frases de sus discursos.

En sintonía con el lenguaje militarizado y la prosa bélica de los contenidos, empleaban una lengua dogmática, retórica y barroca. Predominaban las reiteraciones, el modo verbal imperativo para expresar mandatos, órdenes, ruegos o deseos y se recurría a los signos de admiración buscando mensajes más enérgicos y categóricos.

4. Los resultados de la investigación

La guerra está muy presente en la propaganda ideada por los golpistas. A pesar de que lo sobrevuela todo, se han identificado una serie de ítems que comparan ambos periódicos. Aunque en la mayoría de las ocasiones son reconocibles claramente, otras veces aparecen interrelacionados. En estos casos, se han incorporado a la cuestión que irrumpía con más fuerza.



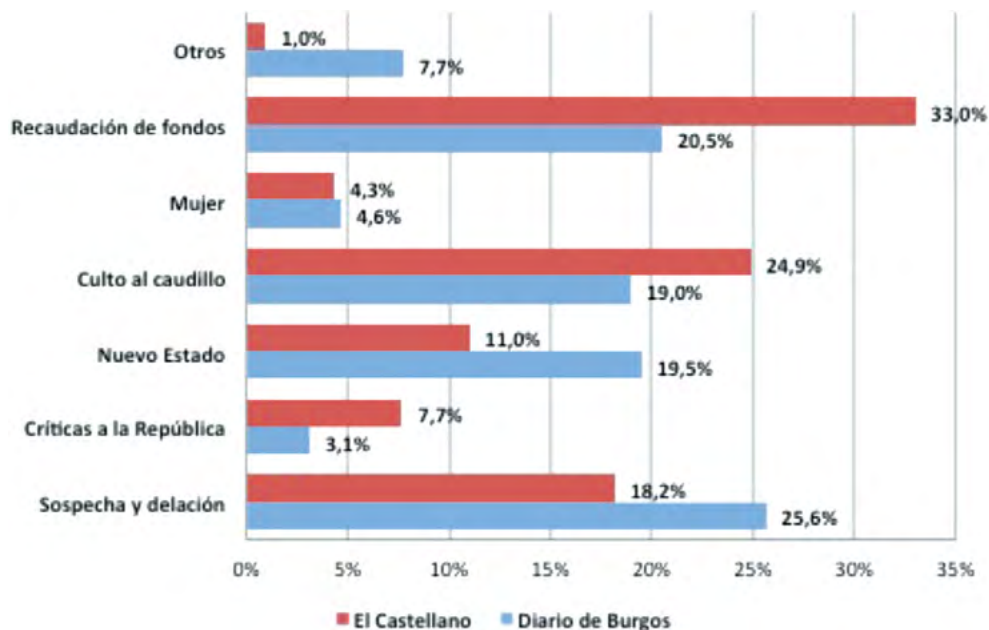
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del muestreo estadístico.

GRÁFICO 1

Temáticas de los entrefilets en *Diario de Burgos* y *El Castellano*

Veamos, en primer lugar, los resultados que ofrecen en conjunto los dos diarios (Gráfico 1). La cuestión que más reproducen los entrefilets se ha incluido bajo la denominación de «Recaudación de fondos», que supone el 27,0% (109), y que abarca aspectos referidos a la consecución de recursos para el Ejército rebelde o para labores de beneficencia, muy ligadas con la ayuda a los soldados heridos y a paliar las situaciones de necesidad que sufría la población. Le sigue en importancia el «Culto al caudillo», con el 22,0% (89), donde se recogen loas a la figura de Franco o se publicitan frases de sus discursos; la temática «Sospecha y delación», 21,8% (88), encierra *leit motiv* destinados a crear un estado de terror psicológico, donde se anima a los ciudadanos a denunciar a los sospechosos y a los enemigos de la España nacional. Los asuntos concernientes al montaje del embrionario «Nuevo Estado» representan el 15,1% (61); las «Críticas a la República», el 5,4% (22); los anuncios que tienen a la «Mujer» en su punto de mira, el 4,5% (18), y «Otros» comprende anuncios que van desde la prohibición de escuchar las radios no oficiales a la compra de lotería. En conjunto, estos temas representan el 4,2% (17).

Si comparamos la importancia que cada una de las cabeceras concede a las categorías establecidas, pueden observarse las siguientes diferencias (Gráfico 2). Respecto a la propaganda que tiene a «Recaudación de fondos» como protagonista, *El Castellano* (33,0%) le saca una considerable ventaja a *Diario de Burgos* (20,5%). Lo mismo sucede en «Culto al caudillo», que lidera también *El Castellano* —24,9% frente al 19,0%—. Los temas de «Sospecha y delación» son mucho más recurrentes en *Diario de Burgos*, con un 25,6%, mientras que el ultracatólico se queda en un 18,2%. La misma situación se produce en lo concerniente al «Nuevo Estado», categoría que lidera el decano de la prensa burgalesa —19,5% frente al 11,0%—. Las «Críticas a la República» son más insistentes en *El Castellano* —7,7% frente al 3,1%—; las referencias a «Mujer» asoman de forma muy pareja —4,6% en el de Albarellos y 4,3% en el de Estévanez—, y finalmente *Diario de Burgos* presenta mayor número de «Otros» temas (7,7%) que *El Castellano* (1,0%).



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del muestreo estadístico.

GRÁFICO 2

**Temáticas de los *entrefilets*.
Comparación entre *Diario de Burgos* y *El Castellano***

4.1. TODO POR EL EJÉRCITO

Es en *El Castellano*, como acabamos de señalar, donde más se reitera la categoría «Recaudación de fondos». Debido a su carácter religioso no hay duda de que se siente cómodo en este terreno de «la caridad cristiana» al solicitar donativos para el Ejército franquista. Serán estos lemas, junto con los correspondientes a la categoría de «Mujer», los que presenten un ámbito geográfico más local, pues muchos de ellos son llamadas a la población burgalesa.

Aparecerán desde el comienzo de la guerra y, bajo el denominador común de recordar a la población su deber de ayudar a la «obra común del engrandecimiento de la Patria» para demostrar que eran dignos de llamarse «españoles»¹, se pondrán en marcha un sinnúmero de iniciativas encaminadas al logro de este objetivo. Encontramos en estos lemas una de las líneas que conformaron la base ideológica de los sublevados: la contienda no era entre españoles. El concepto de España lo monopoliza uno de los bandos y el otro no es más que un satélite al servicio de la Rusia comunista que quiere acabar con la «verdadera España». Los auténticos españoles eran los nacionales, los que luchaban con Franco, con lo que no se trataba de una guerra civil, sino de una guerra de liberación (Langa, 2006; Rodríguez, 2007).

Todo tipo de ayuda «en trabajo y en amor; en metálico y en especie»² para el Ejército salvador que luchaba por la liberación de la patria amenazada era bienvenida. Una de las más populares fue la del Día del Plato Único, que cumplía «con el fin caritativo de allegar recursos para los más necesitados»³, y que *Diario de Burgos* publicó especialmente: «La nueva España debe asentarse en el sentimiento de mutua ayuda, que podemos fomentar, cumpliendo con un deber de patriotismo, coadyuvando a la magnífica obra del Día del Plato Único»⁴.

Se aprovecha la solicitud de colaboración para promocionar la actividad que en la retaguardia despliegan las organizaciones del Movimiento, especialmente Auxilio Social, «una de las instituciones más perfectas creadas dentro del nuevo Estado»⁵: «Auxilio Social, avanzada de la justicia, os recuerda vuestro deber de contribuir a que no haya español sin pan, suscribiendo una Ficha Azul»⁶. Su responsable, Pilar

¹ *Diario de Burgos*, 14-XII-1936.

² *Diario de Burgos*, 17-III-1938.

³ *El Castellano*, 30-XII-1936.

⁴ *Diario de Burgos*, 30-XII-1936.

⁵ *Diario de Burgos*, 24-I-1939.

⁶ *Diario de Burgos*, 17-III-1938.

Primo de Rivera, no aparecerá mencionada en los «entre filetes», pero acapara una presencia importante en las informaciones de portada. Sí protagonizan estos eslóganes otras figuras femeninas, como Carmen Polo⁷ o M.^a del Carmen Gómez Sevilla, esposa del militar golpista José López Pinto⁸.

Especialmente durante 1937 se insistirá en la requisita de chatarra, donde llama la atención la relación que se establece entre la entrega de cualquier objeto metálico inservible en los hogares con cuestiones como el robustecimiento de la economía⁹, el servicio a España o la conquista de trincheras —«Si eres español has de vivir consagrado al servicio de España. Y es más fácil dar a la Patria tubos de latón, aluminio, cobre, etc. que conquistar una trinchera»¹⁰—.

La petición de donativos para el «Auxilio a poblaciones liberadas» aparece a finales de marzo de 1938 y se mantendrá muy presente hasta poco después de acabada la guerra, cuando aún se reclamaba ayuda destinada a los madrileños.

4.2. CULTO AL CAUDILLO

Las loas a Franco —más en *El Castellano*— no solo están muy presentes ocupando la segunda posición, sino que además se subrayan ubicándolas en lugares preferentes de la página y destacándolas tipográficamente o con la utilización de recursos visuales. El carácter notablemente personalista de la dictadura que sobrevendría al término de la Guerra Civil ya tuvo su expresión durante la contienda, cuando el jefe del Estado había sido investido de una autoridad suprema y a quien se exaltaba continuamente y se identificaba con un supuesto destino histórico del pueblo (Ferrando Badía, 1984).

El culto a su personalidad se orquestó a raíz de su investidura como nuevo jefe de Estado, el 1 de octubre de 1936. A partir de esta fecha los diarios burgaleses estamparon en su cabecera «Una Patria, un Estado, un Caudillo» —de las 14 reiteraciones contabilizadas, 9 en *El Castellano*—, a imagen y semejanza de la versión alemana «Ein Volk, ein Reich, ein Führer». Se adoptó un título equivalente al de Führer y Duce en la forma de caudillo, denominación que relacionaba a Franco con los jefes guerreros del pasado medieval de España. Se le elevaba así (Preston, 2015: 229) a la categoría de líder nacional. Recuerda Begoña Zalbidea (1996:

⁷ *Diario de Burgos y El Castellano*, 28-VI-1937.

⁸ *Diario de Burgos*, 26-V-1937.

⁹ *El Castellano*, 22-XI-1937.

¹⁰ *Diario de Burgos y El Castellano*, 9-III-1938.

321) que en otoño de 1936 fue la Delegación del Estado para la Prensa y Propaganda quien lanzó esta consigna de inserción obligatoria en toda la prensa de la zona nacional.

En lo que constituyó un orquestado bombardeo mediático, los *entrefilets* destacarán frases que Franco pronuncia en sus discursos con el fin de reforzarlos: «Los soldados de hoy luchan no solo por la independencia y unidad de su Patria sino por todo lo que representa la cultura cristiana: cuando mueren, lo hacen con los nombres de Dios y de España en los labios. FRANCO»¹¹. Estos lemas fueron forjando la imagen de un Franco carismático ungido por un don que Dios concedió a un elegido, el caudillo, en beneficio de la comunidad. Esa autoridad carismática del general se sustentó en su victoria en la guerra y adquirió significado mediante el culto a la patria (Sevillano, 2014).

Su figura emergerá unida a la palabra «España» —incluida en el 25% (101) de los eslóganes analizados— y al «una, grande y libre: «[...] Franco, el forjador de la Nueva España, estableciendo el Salario Familiar, hará del español un pueblo fuerte y grande como no lo fue jamás. ¡Viva España! ¡Viva Franco!»¹². Las menciones dirigidas a su exaltación iban precedidas por «El Caudillo» o «Franco» —las que incorporan alguno de estos términos o los dos a la vez suponen el 25,2% (102) del total—, a las que se agregaba después un verbo de acción: «redimirá», «ha dicho», «hace», «orientará», «protegerá», «quiere», «dará»... Esta campaña, donde se aprecia un mayor interés por construir una imagen de líder indiscutible, se emitió a lo largo de 1937. Tiene mucho parecido con la que publicitó *ABC* de Sevilla, que aunque utiliza otras versiones, mantiene el mismo eje temático y una indudable sintonía estilística: «España, grande y unida, tiene un Caudillo que la restaurará como Imperio en el mundo. La adhesión incondicional a Franco es deber primario e inexcusable de todo español»¹³. A veces se destaca una declaración de Franco hablando en plural mayestático con la intención de recalcar su poder y grandeza: «Queremos a España una e indivisible bajo la égida de un Estado nuevo»¹⁴.

Recordemos que las consignas militares y políticas de todo orden coparon y uniformizaron los diarios. Las cabeceras reprodujeron idénticos textos de la Comandancia Militar, la Junta de Defensa Nacional, del Cuartel General del Generalísimo... en lo que constituyó toda una batería de comunicados, telegramas oficiales, órdenes, decretos, editoriales o artículos de opinión (Sanz-Hernando,

¹¹ *Diario de Burgos*, 14-IX-1938.

¹² *El Castellano*, 9-IX-1937.

¹³ *ABC*, 18-V-1937, p. 2; 19-V-1937, p. 4; 25-V-1937, p. 3.

¹⁴ *Diario de Burgos*, 22-III-1937.

2019). Para remachar algunos de estos contenidos que los Servicios de Prensa de los insurgentes consideraron de interés, se utilizaron los *entrefilets*, que al igual que el resto de consignas emitidas se enviaron a las redacciones con el claro propósito de repicar un mismo lema en diferentes lugares a fin de redoblar su eficacia. Frases tan archiconocidas como «Ni un español sin pan ni un hogar sin lumbre», que pronunció Franco en su investidura como jefe de Estado, han quedado grabadas en la memoria de muchos españoles por su propagación a través de los *entrefilets*, que además de destacarla en su momento se revitalizó años después con motivo de la caída de Barcelona¹⁵.

4.3. BURGOS BAJO SOSPECHA

Diario de Burgos es quien más insiste en la categoría de «Sospecha y delación», a la que dedica un total de 50 lemas —frente a los 38 de *El Castellano*—. El año 1937 es cuando más se reitera. Comienza a asomar en agosto de 1936 y se mantendrá en candelero hasta finales de 1938, cuando prácticamente estaba decidida la guerra con el triunfo de los insurrectos en la batalla del Ebro.

Desde el comienzo de la contienda los burgaleses ya podían leer esta retahíla de mensajes que abundaban en la creación de un ambiente de sospecha permanente, de vigilancia sistemática de «los enemigos», conspirativo y delator de los considerados «espías», «traidores» o «malos españoles»: «Vigilad todos el espionaje enemigo y detenid y denunciad a los traidores»¹⁶. En la retaguardia se intentó mantener vivo el terror que ya se inoculaba mediante el empleo de la violencia y represión. Se observa claramente en estos mensajes propagandísticos cómo se incide y extiende un estado de terror psicológico entre la ciudadanía, que se inhibía de mantener relaciones sociales atemorizada por las delaciones.

En este ambiente conspiratorio que se vivía entre los meses de septiembre y diciembre de 1938, el Servicio de Información de la Policía Militar, SIPM, con sede en Burgos, abrió una investigación para desarticular un supuesto complot que se estaría fraguando en la capital de la cruzada para acabar con la vida de Franco (Moreno, Chomón y Sanz-Hernando, 2018). Esta investigación de los servicios secretos fue dirigida por el espía austriaco Herbert Heide. En el voluminoso expediente policial queda reflejado el asfixiante ambiente de la retaguardia burgalesa, convertida en un zoco de intrigas, donde infinidad de burgaleses vivieron bajo sospecha.

¹⁵ *Diario de Burgos*, 16-II-1939.

¹⁶ *Diario de Burgos* y *El Castellano*, 5-XII-1936.

4.4. LA CONSTRUCCIÓN DEL NUEVO ESTADO

Será a partir del Decreto de Unificación de FET y de las JONS de abril de 1937 cuando se produzca un mayor número de reiteraciones de la categoría «Nuevo Estado», que prácticamente no aparece en 1936 —solo se contabilizan 2—. Experimentará un repunte con la constitución del primer Gobierno de Burgos, el 30 de enero de 1938. Teniendo en cuenta que la violenta reacción armada protagonizada por los golpistas perseguía (Casanova, 1992) frenar el avance que supusieron en España las políticas reformistas impulsadas por la Segunda República desde 1931, los franquistas se afanarán en ir desmontando estas medidas y en concretar la nueva normativa por la que habrían de regirse los españoles.

La mayoría de lemas, que lidera en esta categoría el decano de la prensa burgalesa, lleva incorporados los términos «nueva España» o «nuevo Estado» para introducir las genéricas medidas revolucionarias de índole política, social o económica que interesaba resaltar¹⁷. El régimen del 18 de julio intentó presentarse ante sus contemporáneos como una auténtica novedad revolucionaria que inauguraba —primer año triunfal— junto con los países hermanos del Portugal de Salazar, la Italia de Mussolini o la Alemania de Hitler una nueva época histórica, una nueva era a la que rápidamente habrían de sumarse el resto de las naciones más avanzadas de Occidente frente a los ya inoperantes, vetustos y decadentes sistemas políticos demoliberales (Reig Tapia, 2006). Pura retórica, pues las grandilocuentes políticas destinadas a «las clases laboriosas»¹⁸, «al heroico, patriota e inmortal»¹⁹ pueblo español solo encubría falsas evidencias presentadas como verdades absolutas y eternas: «Somos una unidad de destino en lo universal. Todos los españoles acaudillados por Franco, unidos por la fe en la Patria, hemos de alcanzar —por voluntad y por sacrificio— la plenitud histórica y espiritual de España»²⁰.

Sorprende el insolente lenguaje empleado por *El Castellano* que, tras la soflama de «Nadie participará a través de los partidos políticos», apelaba directamente al lector con una interrogante que suponía realmente una amenaza: «¿Está claro?». Y es que la dictadura se montó sobre la destrucción ideológica de todo lo anterior: del anarquismo, el socialismo y el comunismo, pero también, de la democracia, el republicanismo, la masonería, el separatismo y, finalmente, el liberalismo, origen para los intelectuales del régimen de todos esos males. Hay en este sentido un completo «allanamiento» (Juliá, 1999: 145-147) de la realidad de la República, de sus instituciones y de sus reformas.

¹⁷ *Diario de Burgos*, 22-VII-1937.

¹⁸ *Diario de Burgos*, 28-X-1937.

¹⁹ *Diario de Burgos*, 24-VIII-1937.

²⁰ *Diario de Burgos*, 16-VIII-1937.

Otras frases propagandísticas que se destacan están relacionadas con la parafestividad fascista²¹; con la celebración de los aniversarios a mayor gloria del caudillo, como el 18 de julio, iniciación del glorioso alzamiento, considerado además como fiesta de «exaltación del trabajo»²², o el 29 de octubre, conmemoración de «los caídos en la cruzada contra el comunismo para salvar la civilización del mundo»²³.

4.5. CRÍTICAS A LA REPÚBLICA

Las críticas contra la ideología que representaban los partidos y organizaciones sindicales del Frente Popular están muy presentes en *El Castellano*, en mayor proporción que en *Diario de Burgos*. Entre los eslóganes más reproducidos aparece la obsesión por el anticomunismo y la consideración de Rusia como la bestia negra por la ayuda que proporcionaba al bando popular.

Se alerta contra los enemigos —«¿Quién es el enemigo número uno de España? ¡La masonería! Guerra, pues, sin cuartel a los masones»²⁴— que el padre Menéndez-Reigada (2003: 86-89) enumerara en el Catecismo patriótico español. El conflicto armado se intenta justificar con el caos absoluto en el que se encontraba el Estado republicano, y la Guerra Civil se considera (Reig Tapia, 2006: 218) una santa cruzada religiosa de «Liberación Nacional»: «Es el pueblo entero el que lucha por la vida de la civilización española contra Moscú y sus cipayos en España. Los que dicen que solo se trata de una militarada, mienten infamemente»²⁵. Y en esa simplificación del mensaje, se presenta la España de los «buenos tiempos» y de los «malos —liberales y marxistas—»²⁶.

Los insurgentes prestarán atención al lenguaje. La Orden de 19 de julio de 1937, por la que se creaba la figura del Oficial de Prensa, encargado de atender a los corresponsales de guerra, concretaba que solo estaba permitido el uso de vocablos como «nacionales» y «rojos» para referirse a los bandos en liza, y quedaba prohibido utilizar los términos «sublevados», «revolucionarios» y «leales». Irrumpirán lemas con el término «rojo» —reiterado en 20 *entrefilets*, de los que 18 pertenecen al diario ultracatólico— con acepciones negativas: «Salvajes atentados cometidos por los

²¹ *Diario de Burgos*, 30-VII-1937.

²² *El Castellano*, 11-IV-1938.

²³ *Diario de Burgos* y *El Castellano*, 28-X-1937.

²⁴ *El Castellano*, 4-III-1939.

²⁵ *El Castellano*, 7-IV-1937.

²⁶ *El Castellano*, 26-XI-1938.

rojos»²⁷, «terror rojo»²⁸, «Los murmuradores, los insidiosos y los intrigantes son servidores de los rojos, son traidores»²⁹, «Los rojos, al verse perdidos, pretenden anegar a Europa en un mar de sangre»³⁰...

La propaganda invirtió el significado de «enemigo» y estigmatizó a los «rojos», que encarnaron, por su vil conducta y por su colaboración con extranjeros hostiles a España, la condición de «enemigos absolutos» (Sevillano, 2007). El concepto de «enemigo absoluto» se sustanció en la idea de la anti-España que había que redimir. Y entre los anti-españoles se señala al presidente de la República, Juan Negrín, contra quien se carga por plantear ante el Comité de No Intervención, el 21 de septiembre de 1938, la necesidad de una política de conciliación nacional y el restablecimiento de la paz interna.

La maquinaria propagandística no tardó en desacreditarle. *El Castellano* y *Diario de Burgos* saldrán en tromba en pro de la consigna «Mediación, no ¡Rendición!». A la campaña se unieron los periódicos controlados por los insurgentes, como *ABC* de Sevilla (Langa, 2000), que publicó varios *entrefilets* referidos a esta cuestión: «¿Negociaciones? ¿Un pacto? ¡Jamás! Todo pacto es imposible con un sedicente Gobierno, al que los bolcheviques manejan a su antojo (Franco en marzo de 1937)»³¹. *El Castellano* acomodó alguno de estos lemas a su línea editorial ultracatólica: «La Virgen del Pilar dice que no quiere mediación porque pactar con los rojos es pactar con la traición»³².

4.6. EL NUEVO PAPEL DE LA MUJER

Porcentajes muy similares mantienen los diarios en la categoría de «Mujer». En los lemas de esta temática se hace un uso muy intenso del vocativo, de forma que prácticamente todos apelan directamente a la mujer y llaman su atención con el claro propósito de influir en su conducta. Insisten en las labores con las que debían contribuir en la retaguardia, fundamentalmente relacionadas con la beneficencia y con campañas como la del «abrigo del combatiente», que requería una actitud de servicio y abnegación: «Cada punto de tus agujas hacendosas, mujer española, es una victoria

²⁷ *Diario de Burgos*, 7-VI-1938.

²⁸ *Diario de Burgos*, 18-X-1938.

²⁹ *Diario de Burgos* y *El Castellano*, 20-X-1937.

³⁰ *El Castellano*, 7-VI-1938.

³¹ *ABC* Sevilla, 11-X-1938, p. 11.

³² *El Castellano*, 12-X-1938, p. 1.

segura contra el frío que tortura a los españoles que luchan en los frentes»³³. En esta campaña se había volcado precisamente Carmen Polo, que aparece como ejemplo a imitar. Mientras a Franco se le describe como «padre de los españoles», a su esposa se le asigna el papel de «madre del soldado»³⁴.

La cuestión relacionada con la moral de la mujer aparece en las dos cabece-
ras entre julio y septiembre de 1937, como respuesta a la circular del gobernador ci-
vil, Antonio Almagro, que expresaba que la salud pública no se concretaba solo en
la destrucción de microbios y bacilos, sino que había otros mucho «más perjudicia-
les», entre los que señalaba el más capital: la moda, «enemigo que afectaba al pudor
en la mujer»³⁵. A partir de este momento y durante dos meses, artículos de opinión
de diferentes colaboradores, redoblado con la publicación de un conjunto de *entre-
filets* emprenderán una autentica cruzada moral por la recuperación del pudor de la
mujer: «Mujer española [...] La templanza española ha de traducirse en tus modos y
vestidos. Que una vida sana pero moral es la base de pueblos fuertes»³⁶.

En lo que constituía una vuelta atrás y un radical antifeminismo, se identifica a
la mujer con el recato y la discreción propia de la moral religiosa más integrista (Fan-
diño, 2009: 252): «Mujer burgalesa: Tú que eres tradicionalmente depósito de las vir-
tudes femeninas y encarnación de la honestidad. Vigila a aquellas que puedan manchar
la fama de tu ciudad»³⁷. Volverían a definirse con rigidez dos esferas, la pública y la do-
méstica —plasmada en el hogar, el matrimonio y la maternidad (Cenarro, 2017)—, y
las mujeres volvieron otra vez a su posición anterior a 1931. Fueron las principales víc-
timas de la moral reaccionaria que impregnaría los valores de la nueva sociedad que se
abrió tras la guerra: «Una moral austera. Una moral severa. Una moral adecuada al es-
fuerzo del combatiente, deben ser las consignas de la mujer en retaguardia»³⁸.

4.7. POR AMOR A LA PATRIA

En el cajón de sastre de «Otros» temas figuran aquellos que solo trata un periódico,
como es el caso de *Diario de Burgos*, que recoge en exclusiva los requerimientos
a la población para que solo leyera prensa afín a los rebeldes y solo escuchara ra-

³³ *Diario de Burgos*, 23-XII-1937.

³⁴ *Diario de Burgos*, 10-I-1938.

³⁵ *El Castellano*, 22-VII-1937.

³⁶ *El Castellano*, 30-VII-1937.

³⁷ *El Castellano*, 14-VII-1937.

³⁸ *El Castellano*, 17-IX-1937.

dios «españolas», y aquellos otros referidos a pequeñas ilusiones cotidianas, como el sorteo de la lotería, que tampoco escapaba a la propaganda oficial.

La cabecera dirigida por Ignacio Albarellos concederá importancia a la propaganda sobre lo que debían escuchar o leer los burgaleses. A este asunto le dedica 10 «entre filetes». La emisora radiofónica de Burgos, Radio Castilla, EAJ-27, fue la radio oficial de los sublevados hasta que el 15 de junio de 1937 adoptó este papel Radio Nacional de Salamanca, creada en la ciudad charra en enero de 1937.

Desde los primeros días del golpe de Estado ya estaba prohibido escuchar las emisoras «enemigas», principalmente las de Madrid y Barcelona. Argumentando además «motivos de salud pública» se decretó la detención de quienes captaran «las emisiones de las estaciones de radio rojas al servicio del marxismo»³⁹. Se exhortaba a escuchar solo aquello que estaba permitido aludiendo al «amor a la patria»⁴⁰. Y en esa búsqueda de obediencia y sumisión se requería «silencio patriótico» para escuchar atentamente el bombardeo propagandístico que lanzaba Radio Nacional»⁴¹.

Señalamos finalmente que desde que la lotería se restableció el 1 de abril de 1938 en la zona nacional, van a ser habituales las invitaciones a la compra de papeletas, circunstancia que «más que acercarse a la fortuna [...] es un deber de patriotismo»⁴². Lo mismo sucedía con el sorteo de Navidad: «...Apresúrate a tomar una participación y harás un buen servicio a la Patria»⁴³.

5. Discusión y conclusiones

La propaganda difundida durante la Guerra Civil española bajo el formato de «entre filetes» gozó de una presencia notable en las portadas de la prensa burgalesa. Destacados visualmente de otras piezas textuales que bajo el aspecto de géneros periodísticos escondían la misma actitud panfletaria, tuvieron como objetivo incidir en aquellas cuestiones consideradas vitales por el bando rebelde para ganar la guerra y adoctrinar a la población.

Razones de actualidad y oportunidad marcaron el lanzamiento de estos mensajes, puestos en circulación al albur de las estrategias militares, políticas y sociales de la

³⁹ *Diario de Burgos*, 14-XII-1936.

⁴⁰ *Diario de Burgos*, 20-X-1937.

⁴¹ *Diario de Burgos*, 13-III-1937.

⁴² *Diario de Burgos*, 21-XII-1938.

⁴³ *El Castellano*, 21-XII-1938.

Guerra Civil. Mientras algunos se mantendrán a lo largo de todo el conflicto, otros emergerán para dar respuesta propagandística a acontecimientos como la investidura de Franco como jefe de Estado; la firma del Decreto de Unificación de FET y de las JONS; el nombramiento del primer Gobierno de Burgos, o el final de la batalla del Ebro con la victoria del bando rebelde.

El estilo de esta propaganda oficial destaca por su violencia verbal y por su carácter expeditivo. Se caracterizó por la simpleza de sus planteamientos, concretados en una sintaxis formada por antagonismos entre el «bien» y el «mal», o entre el «español» y el «anti-español», y por la utilización de un lenguaje determinado por su monumentalidad idiomática. Las funciones del lenguaje predominantes fueron la conativa o apelativa, en lo que constituyó un discurso claramente orientado hacia el destinatario, y, por tanto, definido por el empleo de imperativos y vocativos, y la función fática, a través de la que prevalecieron las llamadas de atención al público.

Buena parte de los «entre filetes» que recogieron ambas cabeceras fueron idénticos. Mientras algunos se publicaron en la misma fecha, otros aparecieron en jornadas distintas. Se advierte igualmente que, en ocasiones, un mismo contenido da lugar a diferentes versiones. ¿Cómo explicar, entonces, esta disparidad entre eslóganes que, respondiendo a una misma temática, presentaban una narrativa desigual? Mucho nos recuerda este proceder al funcionamiento de las consignas de todo orden que se enviaban a las redacciones, y cuyo entramado sacó a la luz Justino Sinova (1989). No solo se remitía el texto a publicar, sino que se seleccionaban los periódicos donde debía insertarse, la fecha de aparición, la página en la que había de ubicarse o cómo debía destacarse... no era extraño que, en un intento de enmascarar a los lectores su procedencia oficial, se instara a los directores a cambiar el titular propuesto a fin de que los diarios de un mismo ámbito geográfico no mostraran tanta homogeneidad. Creemos que esto mismo pudo suceder con el dirigismo que se estableció con los *entrefilets*.

Estos lemas bien podrían ser representativos, en muchos casos auténticos calcos, de los publicados por otros rotativos de la España sublevada. Es muy plausible que así fuera a tenor de la contundente uniformidad que caracterizó a los periódicos como consecuencia del potente sistema de censura y consignas impuesto por los golpistas, primero *manu militari* y después con la totalitaria Ley de Prensa de 1938. Estudios como el de Zalbidea (1996), sobre las cerca de cuarenta cabeceras provinciales incautadas por la Falange durante la Guerra Civil que luego darían lugar a la Prensa del Movimiento, u otros como el de Concha Langa (2000), que ha escrutado el *ABC* de Sevilla, representante del modelo de prensa privada durante la contienda, o Fandiño (2009), que se ha detenido en lo sucedido en la Rioja durante el primer franquismo, vienen a constatar que los contenidos de los *entrefilets* de la prensa de la capital de la España sublevada fueron prácticamente idénticos a los que se propalaron en otros diarios de la zona nacional.

Referencias bibliográficas

- Andrés-Gallego, J. (2002). La política de prensa y propaganda en la zona nacional (1936-1939). En A. Bullón de Mendoza & L. E. Togores (coords.), *Revisión de la Guerra Civil Española* (pp. 527-593). Madrid: Actas.
- Andréu, J. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. Sevilla: Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- Armentia, J. I. & Caminos, J. M. (2002). *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Ariel.
- Barrera, C. (1995). *Periodismo y Franquismo: De la censura a la apertura*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias.
- Casanova, J. (1992). La sombra del franquismo; ignorar la historia y huir del pasado. En J. Casanova et al. (eds.), *El pasado oculto. Fascismo y violencia en Aragón, 1936-1939* (pp. 1-28). Madrid: Siglo XXI.
- Cenarro, Á. (2017). La Falange es un modo de ser (mujer): discursos e identidades de género en las publicaciones de la Sección Femenina (1938-1945). *Historia y Política*, 37, 91-120. doi: 10.18042/hp.37.04.
- Chomón, J. M. (2017). *Burgos: prensa y periodistas del siglo XIX. La importancia de la información local*. Madrid: Fragua.
- Chuliá, E. (2001). *El poder y la palabra. Prensa y poder político en las dictaduras. El régimen de Franco ante la prensa y el periodismo*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Espinosa Maestre, F. (2002). Julio de 1936. Golpe militar y plan de exterminio. En J. Casanova (coord.), *Morir, matar, sobrevivir. La violencia en la dictadura de Franco* (pp. 51-119). Barcelona: Crítica.
- Fandiño Pérez, R. G. (2009). *El baluarte de la buena conciencia: prensa, propaganda y sociedad en la Rioja*. Logroño: Instituto de Estudios Riojanos de la Universidad de la Rioja.
- Fernández Areal, M. (1973). *El control de la prensa en España*. Madrid: Guadiana Publicaciones.
- Ferrando Badía, J. (1984). *El régimen de Franco. Un enfoque político-jurídico*. Madrid: Tecnos.
- Gómez Mompert, J. L. & Treserras, J. M. (1989). La reorganización del sistema informativo durante la guerra. En J. T. Álvarez et al. (coord.), *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)* (pp. 168-177). Barcelona: Ariel.
- González Calleja, E. (1990). La prensa falangista y la prensa del Estado. Consideraciones sobre su origen y desarrollo. En M. Tuñón de Lara (dtor.), *Comunicación, cultura y política durante la II República y la Guerra Civil* (2) (pp. 495-517). Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Gracia, J. & Ruiz Carnicer, M. A. (2004). *La España de Franco (1939-1975). Cultura y vida cotidiana*. Madrid: Síntesis.
- Juliá Díaz, S. (1999). *Un siglo de España. Política y Sociedad*. Madrid: Marcial Pons.
- Langa Nuño, C. (2000). Los civiles como víctimas de la guerra y de la propaganda. El ejemplo de la Guerra Civil española (1936-1939). *Ámbitos*, 3-4, pp. 181-194.

- Langa Nuño, C. (2006). De republicanos a «rojos». La imagen de la República en la prensa nacional durante la Guerra Civil (el caso de *ABC* de Sevilla). En M. J. Ruiz Acosta (coord.), *República y republicanismo en la comunicación: Actas VIII Congreso de la AHC* (pp. 11-32). Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Martín de la Guardia, R. M. (1994). *Información y propaganda en la prensa del Movimiento. Libertad de Valladolid, (1931-1979)*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Menéndez-Reigada, A. G. (2003). *Catecismo patriótico español* (1a. ed. 1939). Barcelona: Península.
- Moreno Gallo, M. A. (coord.), Chomón Serna, J. M. & Sanz-Hernando, C. (2018). *El complot del cementerio viejo. Otoño de 1938: Burgos bajo sospecha por el intento de matar a Franco*. Burgos: Dossales.
- Núñez Díaz-Balart, M. (1997). El ojo de la aguja. El carnet de periodista, el último filtro de depuración profesional en la inmediata posguerra. *Historia y Comunicación Social*, 2, pp. 205-210.
- Paz Rebollo, M. A. (1988). *El colonialismo informativo de la agencia Havas en España (1870-1940)*. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense, Madrid.
- Preston, P. (2015). *Franco*. Barcelona: Debate.
- Preston, P. (2016). *La Guerra Civil española*. Barcelona: Debate.
- Pizarroso Quintero, A. (1990). *Historia de la Propaganda*. Madrid: Eudema.
- Pizarroso Quintero, A. (1994). *Historia de la Prensa*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Pizarroso Quintero, A. (2005). La Guerra Civil española, un hito en la historia de la propaganda. *El Argonauta Español* [En línea], 2 . doi: 10.4000/argonauta.1195.
- Reig Tapia, A. (2006). Los mitos políticos franquistas de la Guerra Civil y su función: el «espíritu» del 18 de julio de 1936. En J. Aróstegui & F. Godicheau (eds.), *Guerra Civil. Mito y memoria* (pp. 201-244). Madrid: Marcial Pons.
- Rodrigo, J. (2008). *Hasta la raíz: violencia durante la Guerra Civil y la dictadura franquista*. Madrid: Alianza.
- Rodríguez Centeno, J. C. (2007). Periodismo y propaganda: el *ABC* de Sevilla en la Guerra Civil. En A. Checa Godoy et al. (coord.), *ABC de Sevilla: un diario y una ciudad. Análisis de un modelo de periodismo local* (pp. 105-116). Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Saiz, D. (1988). Prensa conservadora en la España sublevada: *La Gaceta Regional* de Salamanca, el *Diario de Burgos* y *ABC* de Sevilla. Un periodismo de apoyo al Alzamiento. En J. Aróstegui Sánchez (coord.), *Historia y memoria de la Guerra Civil. Encuentro en Castilla y León* (pp. 401-415). Valladolid: Junta de Castilla y León.
- Sánchez Aranda, J. J. & Barrera, C. (1992). *Historia del periodismo español. Desde sus orígenes hasta 1975*. Pamplona: EUNSA.
- Sanz-Hernando, C. (2019). Apología del fascismo en la capital de la cruzada: *Diario de Burgos* y *El Castellano* al servicio de la causa de Franco. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25 (1), 511-527.

- Seoane, M. C. & Sáiz, M. D. (2007). *Cuatro siglos de periodismo en España. De los avisos a los periódicos digitales*. Madrid: Alianza Editorial.
- Sevillano Calero, F. (2007). *Rojos. La representación del enemigo en la Guerra Civil*. Madrid: Alianza Editorial.
- Sevillano Calero, F. (2014). La propaganda y la construcción de la cultura de guerra en España durante la Guerra Civil. *Studia histórica. Historia contemporánea*, 32, 225-237.
- Sinova, J. (1989). *La censura de prensa durante el franquismo (1936-1951)*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Terrón Montero, J. (1981). *La prensa en España durante el régimen de Franco. Un intento de análisis político*. Madrid: CIS.
- Zalbidea Bengoa, B. (1996). *La Prensa del Movimiento en España: 1936-1983*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

Anexos

Portadas de *Diario de Burgos* y *El Castellano* con la publicación de «entre filetes».



El Castellano

Una Patria. Un Estado. Un Caudillo. Una Patria: ESPAÑA. Un Caudillo: FRANCO

En el frente de Teruel han atacado unidades internacionales, contraatacando nuestras fuerzas brillantemente

En un intento de ataque sobre el pueblo de Legan (Jaén), se le rechazó con extraordinaria ímpetu y firmeza y a raíz de las continuas se le regresa al campo y los sucesos, continuaron pelearse y al momento material de guerra.

En la Sierra, Sigüenza y Castro Duro, sin novedad.

Comunicado oficial

El Consejo de Guerra...
El secretario del voto...
El día del Plazo Único...
Comunicación de España...

Deposición del presidente de la República cubana

Una patética súplica por reconocimiento...
El pueblo cubano...
El día del Plazo Único...
Comunicación de España...

DÍA DEL PLAZO ÚNICO EL DÍA DE AÑO NUEVO

El día del Plazo Único...
El día del Plazo Único...
El día del Plazo Único...

LA SALUD DEL PAÍS

El día del Plazo Único...
El día del Plazo Único...
El día del Plazo Único...

UROSOLVINA

Plus 819 francos en todas las farmacias

El Castellano

En el frente de Madrid fueron rechazados brillantemente reiterados ataques enemigos

Comunicados oficiales

El día del Plazo Único...
El día del Plazo Único...
El día del Plazo Único...

LA "EXPERIENCIA" DE UN REGIMEN COMUNISTA

La experiencia de un régimen comunista...
La experiencia de un régimen comunista...
La experiencia de un régimen comunista...

Postal patriótica

Recibiréis mis cartas...
Recibiréis mis cartas...
Recibiréis mis cartas...

Una recomendación de un inglés

Una recomendación de un inglés...
Una recomendación de un inglés...
Una recomendación de un inglés...

El uniforme de las milicias SERA RESPETADO, DICE EL GENERALISMO

El uniforme de las milicias...
El uniforme de las milicias...
El uniforme de las milicias...

Funerales por el alma del general Sanjurjo

Funerales por el alma del general Sanjurjo...
Funerales por el alma del general Sanjurjo...
Funerales por el alma del general Sanjurjo...

SUSCRIPCIÓN

Suscripción...
Suscripción...
Suscripción...

El Castellano

El día de ayer fué de resonante victoria en el frente de Asturias, conquistándose Infesto y Villavieiosa

Comunicado oficial

El día de ayer fué de resonante victoria...
El día de ayer fué de resonante victoria...
El día de ayer fué de resonante victoria...

LOS MURMURADORES, LOS INSIDIOSOS Y LOS INTRIGANTES, SON SERVIDORES DE LOS ROJOS, SON TRAIDORES, COMO TALES HAY QUE TRATARLOS.

A 14 kilómetros de Gijón Misiónales

A 14 kilómetros de Gijón...
A 14 kilómetros de Gijón...
A 14 kilómetros de Gijón...

Ofensiva contra la Carta Colectiva de los Prebendados

Ofensiva contra la Carta Colectiva...
Ofensiva contra la Carta Colectiva...
Ofensiva contra la Carta Colectiva...

Las propuestas de la Franco oficial para impedir el triunfo de Franco

Las propuestas de la Franco oficial...
Las propuestas de la Franco oficial...
Las propuestas de la Franco oficial...

El Castellano

Diez aviones rojos que procedían de Francia bombardearon hábilmente la ciudad abastecida de Pamplona

Comunicado oficial

Diez aviones rojos que procedían de Francia...
Diez aviones rojos que procedían de Francia...
Diez aviones rojos que procedían de Francia...

Un centenar de bajas entre muertos y heridos

Un centenar de bajas entre muertos y heridos...
Un centenar de bajas entre muertos y heridos...
Un centenar de bajas entre muertos y heridos...

El ejército ha infiltrado tropas en la retaguardia con fines de guerra. Si esas tropas se rebelan, habrá que salir al campo y enfrentarse a la justicia del Caudillo

El ejército ha infiltrado tropas...
El ejército ha infiltrado tropas...
El ejército ha infiltrado tropas...

"LA LEGION" HISTORIAL DE GUERRA - 1941

"La Legion" Historial de Guerra...
"La Legion" Historial de Guerra...
"La Legion" Historial de Guerra...

Junta Provincial de Precios

Junta Provincial de Precios...
Junta Provincial de Precios...
Junta Provincial de Precios...

"¡Vigilad! todos de espionaje comunista. ¡Ateneos y denunciad a los traidores!"

"¡Vigilad! todos de espionaje comunista...
"¡Vigilad! todos de espionaje comunista...
"¡Vigilad! todos de espionaje comunista..."