

IDEOLOGIA DEL CARTELL

IMMACULADA JULIÁN

La propaganda política és un dels fenòmens més característics del segle XX, i tant la instauració del comunisme a la Rússia de la Revolució d'Octubre, com l'afirmació del feixisme a Itàlia i a Alemanya comptaren amb un sòlid aparat dedicat a això. Lenin diria, sobre aquest particular: «El principal és l'agitació i la propaganda en tots els estaments del poble».¹

Hitler, situat als antípodes de Lenin en el camp ideològic, va afirmar: «La propaganda ens ha permès de conservar el poder — la propaganda ens donarà la possibilitat de conquerir el món.»²

Ja l'any 1939, Harold D Lasswell començava el seu llibre *World Revolutionary Propaganda* amb la significativa frase «This is the age of Propaganda».³ Efectivament, el segle XX els diferents tractadistes de la matèria el caracteritzen sota aquest aspecte, certament important en vista de la nova òptica dels períodes de guerres i dels períodes de pau. D'altra banda, cal tenir present la funció de la propaganda a les èpoques de pau, que a vegades pot arribar a suplir la diplomàcia. La conjuntura històrica per la qual ha passat i passa el segle actual és un factor determinant en el paper que representa la propaganda.

Si bé és el segle XX l'època en què la propaganda s'instaura com a arma eficaç de la política, no podem ni devem oblidar que a través de la història, i ja des de civilitzacions antigues, es trobà estretament unida a les manifestacions artístiques que palesaven el poder de les classes dirigents. Pel que a això respecta, és evident que Egipte, Babilònia, Roma, Bizanci i altres civilitzacions dugueren a terme realitzacions artístiques que eren essencialment propagandístiques tant pel que fa referència a la motivació com pel que fa a la funció. I la mateixa idea esdevé palesa a través de la història posterior: Edat Mitjana i

1. DOMENACH, Jean Marie: *La propaganda politica*, p. 13, Barcelona, 1963.

2. Ibid.

3. JANICKI, Edward Conrad: *Arts as propaganda...*, p. 1, Pittsburgh, 1956.

Renaixement, sense oblidar ni deixar de banda l'aparell propagandístic que durant dos segles va suposar el Barroc, així com la importància que assolí a l'època napoleònica. Cal pensar només en el retrat que Ingres va realitzar per a l'Emperador, en el qual l'igualava en gests, vestimenta i context a la idea de l'imperi romà. I és precisament a l'època barroca, abans esmentada, quan trobem una munió de retrats que tenen una funció clara d'identificació, i no pas només al nivell d'idees. Funció propagandística del retrat, heretada sens dubte de Roma i de Bizanci. Elements que indiquen ben clarament que la idea de la propaganda, idea força antiga, per cert, encara que no estigués ben definida, estigué lligada amb llaços ben estrets a la producció artística, i en aquest context analitzarem els temes següents: naturalesa i definició de la propaganda i la simbologia iconològica.

NATURALESA I DEFINICIÓ

Etimologia

L'origen etimològic del terme *propaganda*, procedeix del llatí «*propagare*», concretat en la forma «*propagandus esse*», i és en el sí de l'Església Catòlica on s'encunya el seu sentit actual, en fundar-se el gener de 1622 l'institut de propaganda del Vaticà que serà conegut amb el terme «*De Propaganda Fide*», institució creada després del Concili de Trento per tal de propagar la fe cristiana; en definitiva, fer proselitisme i influir en les masses per tal que adoptin una postura determinada i una religió concreta. El terme propaganda queda pràcticament al servei del vocabulari eclesiàstic, segons l'opinió de J. M. Domenach⁴ fins el segle XVIII en què comença a ésser utilitzat pels laics; aquesta caracterització religiosa es perdrà totalment el segle XX.

Definicions

Janicik en la seva obra recull diverses definicions del terme, indicant que la més senzilla és la formulada per Leonard Doob de la forma següent: «L'intent d'algú per influir damunt d'algú».⁵ I Gorham Munson la defineix con «...l'art i la ciència de controlar el pensament humà per mitjà d'una insistència contundent en un punt de vista».⁶ Per la seva banda, l'*Enciclopèdia Britànica* l'anuncia de la forma següent: «És un acte de defensa en la comunicació de masses».⁷

J. M. Domenach en recull les definicions: «La propaganda és el llenguatge destinat a la massa; empra paraules o altres símbols que

4. DOMENACH, J. M.: op. cit., p. 15.

5. DOOB, Leonard W.: *Propaganda*, New York, 1935, pp. 3-4. Recollit per JANICIK, op. cit., p. 4.

6. MUNSON, G.: *Twelve decisive battles of the mind*, New York, n.º 4, 1942, p. 15; a JANICIK, op. cit., p. 5.

7. JANICIK, op. cit., p. 5.

la ràdio, la premsa i el film fan circular. La finalitat de la propaganda és d'influir en l'actitud de les masses pel que fa als punts que són subjectes a la propaganda i que són objecte d'opinió», i «La propaganda és un intent d'influir en l'opinió i la conducta d'una societat d'una manera tal que la gent adoptin una opinió i una conducta determinades».⁸

En totes aquestes definicions pot observar-se un punt comú, que és el d'«influir », el de «transmetre a», i en aquest sentit s'expressa també la donada per l'Institute for Propaganda Analysis el mes d'octubre de 1937, que diu: «Propaganda és l'expressió de l'opinió o acció per individus o grups deliberadament designats per influir en les opinions d'altres individus o grups amb relació a unes finalitats determinades»,⁹ i en el mateix sentit es manifesten Paul Linebarger, Daniel Lerner i Harold Lasswell,¹⁰ que en llurs definicions al·ludeixen a la utilització de símbols seleccionats per tal d'obtenir un poder de persuasió més gran.

La utilització de la propaganda el segle XX és un fet real, i ha estat realitzada tant per la dreta com per l'esquerra a fi d'influir en les masses cap a determinats ideals i actuacions. Hitler, en la seva obra *Mein Kampf* fa una sèrie de reflexions sobre la qüestió que ens duen a conclusions com les que transcriu a continuació:

«Ahora que seguia amb atenció tots els esdeveniments polítics, jo concentrava la meua atenció en l'assumpte de la propaganda. Hi vaig descobrir un instrument que l'organització socialista-marxista havia dominat per un llarg espai de temps amb habilitat insuperable, extreient-ne tot el profit possible. Aviat vaig comprendre que l'ús correcte de la propaganda era un art corrent, gairebé desconegut pels partits burgesos»... «La propaganda en la guerra era un medi per assolir una fi; es tractava d'una lluita per la vida de la nació alemanya i per això, la propaganda només podia basar-se en principis que fossin útils per a aquest objecte...» «Tota propaganda cal que sigui popular, adaptant-ne el nivell intel·lectual a la capacita receptiva dels menys intel·ligents dels individus als quals hom vulgui que vagi dirigida. D'aquesta manera cal que l'elevació mental sigui tant més reduïda com més àmplia sigui la multitud que calgui conquerir. Si es tractés, com passa amb la propaganda destinada a dur endavant una guerra, de reunir tota una nació a l'entorn d'un cercle d'influència determinat, mai no es prendrà prou cura per evitar que tingui un nivell d'intel·lectualitat excessivament elevat.» "

És prou conegut l'aparell propagandístic de Hitler, la responsabilitat del qual requeia en Goebbels. Aquest en tenia molt clara l'es-

8. DOMENACH, J. M., op. cit., p. 16.

9. JANICK, op. cit., p. 5.

10. Ibid., pp. 5-6.

11. HITLER, Adolf: *Mi lucha*, pp. 69-73, México, 1974.

tructuració i la limitació que calia que tingués la seva organització a fi d'obtenir-ne un alt grau d'eficàcia. El nazisme, mitjançant els símbols i els mites, va seguir en part les passes de la Revolució Francesa, la qual presentava en la seva propaganda dos caràcters essencials: racionalització i durabilitat, d'una banda, i la creació de mites tals com l'exaltació de l'Ésser Suprem i de la pàtria, per l'altra banda.¹²

Evidentment, la propaganda política és un fet que cal replantejar i modificar en virtut de la situació i del públic al qual vagi adreçada. En aquest sentit podríem establir tres grups clarament referits a la Guerra Civil Espanyola: Propaganda Política de Guerra, «Agit-Prop.» i propaganda d'Informació. En aquests tres elements els símbols juguen un paper important a efectes de persuasió; la guerra i la violència per mitjà de la coerció. A la base de tots s'hi troba una manipulació de la psicologia col·lectiva en un moment donat a fi d'obtenir l'agitació desitjada.

CLASSES DE PROPAGANDA

Les diferents classes de propaganda, en principi, cal que s'estableixin en relació amb:

- a) El context general
- b) Les funcions intrínseques

En el context general

Caldria incloure en el primer grup la propaganda de *tipus social* que afecta a qüestions tals com la salut i el benestar social: educació, higiene, esports, ... prostitució, campanyes anti-alcohòliques... Un tipus que tingué un eco ben ampli en la propaganda republicana a través de cartells i de semi-auques que tractaven aquests temes d'una forma molt directa. També entrarien en aquest apartat la propaganda *religiosa* i la *comercial*, així com la *política*, que afectaria directament les idees i actituds en relació amb el procés polític; també cal esmentar finalment la *cultural*.

En relació amb les funcions intrínseques

Caldria partir de preguntes com On? A qui? Com? Amb quin propòsit? ja que la propaganda pot ésser analitzada i classificada d'acord amb l'origen, el contingut, l'audiència, el mètode, el propòsit i l'efecte, i és evident que tot això es trobarà supeditat en part al propòsit que en marcarà els mètodes, els continguts i l'amplitud, així com els recursos simbòlics que calgui emprar en les campanyes propagandístiques, segons els casos.

12. ELLUL, Jacques: *Histoire de la propagande*, citat per FERRER, E.: *Por el ancho mundo de la propaganda política*, s/p., Barcelona, 1976.

Propaganda..., mecanisme que, com ja he dit, té un paper important en la nostra societat moderna mercès a la conjuntura històrica, afavorida per un progrés tecnològic que situa a primera línia els *mass-media* i la influència que aquests puguin tenir sobre les masses. Masses que al llarg d'aquest segle han fet crides constants a la instauració de la democràcia, i això és quelcom que els buròcrates polítics han sabut canalitzar i aprofitar bé, atesa la irracionalitat de les masses com a tals, en certes circumstàncies. Si l'home és víctima del seu context, quan hom l'altera cal també alterar l'home, i això és quelcom que cal fer amb una gran subtilitat en determinades circumstàncies, ja que hom no pot abolir certes institucions que l'home ha acceptat plenament; és una situació que d'una manera evident no es produeix en un període revolucionari, i Rússia n'és un exemple ben clar.

Un factor important que cal considerar entre art i política és el que Janicik qualifica com «The political romanticism of modern ruling elites»,¹³ fent al·lucenar en el paper que ha jugat al llarg de la història moderna el factor estètic, i assenyalant que l'època renaixentista és la primera que concep el rol polític com a obra d'art, de la mateixa manera com juga un paper important a la Itàlia feixista, igualant el Duce a un empresari de melodrames, i referint-se a l'Alemanya hitleriana com l'escenari ideal per a una nova posada en escena de la tragèdia grega. El propi comunisme, sense un aparell de propaganda important, tal vegada no hauria triomfat a Rússia. Per altra banda, al costat de la propaganda, cal que hom creï mecanismes d'educació, agitació i regulació, puix que la propaganda no és en si l'objecte, la realitat, sinó un mitjà de presentació que cal que consolidi, mitjançant d'altres mecanismes, les doctrines i els canvis socials que defensa.

TEORIES SOBRE ART I PROPAGANDA

Malgrat la «definició» del terme propaganda per l'Església Catòlica, el segle XVII, no hi ha dubte que les relacions art-societat havien estat ja analitzades des d'èpoques ben antigues. En aquesta línia caldrà, doncs, establir una relació que abasti des dels temps clàssics fins als nostres dies, marcant així dos blocs importants:

- a) Precedents clàssics
- b) Teories modernes

PRECEDENTS CLASSICS

Ja els grecs en el seu Segle d'or reorganitzen el seu sistema propagandístic en funció del fet artístic i formulen tot un cos teòric que s'hi basa. El primer que van plantejar-se fou el tema de la utilitat social de l'art, fent força al·lucenar en la seva qualitat moral. Tant Plató com Aristòtil subscriuen el concepte de la «mimesi» amb el qual situaven l'art en el camp de la imitació d'una realitat ideal. Es curiós de

13. JANICIK, op. cit., p. 20.

constatar que, tant Plató com Aristòtil partissin de la idea de «mimesi», essent com eren els iniciadors, respectivament, de l'escola idealista i materialista. Tant l'un com l'altre plantegen la tesi de l'art com a reflex de la realitat objectiva i essencial, i les diferències entre l'un i l'altre ens apareixen per la manera peculiar com cada un d'ells concep aquesta realitat objectiva que l'art ha d'expressar.

Plató, en els seus diàlegs insisteix en la funció ètica, educacional i política de l'art, a fi d'ajudar a desenvolupar rectament l'individu, i al fons d'aquesta idea hi ha, parcialment, la teoria del convenciment per mitjà de la propaganda, per mitjà de la persuasió. També resulta evident en Plató el problema de l'idea que Marcel Bréazu articula de la forma següent:

«El problema de l'ideal ha estat abordat també per la majoria dels filòsofs idealistes, que s'han ocupat del valor, cosa que els ha permès de divagar àmpliament en situar aquest ideal fora de les condicions reals i materials en què apareix. D'aquesta manera, «l'ideal» esdevé molt sovint un trampolí que ens permet de saltar cap a la divinitat. De Plató a Lavelle, ha estat utilitzat sense parar amb aquesta finalitat.»¹⁴

Els idealistes, amb Plató al capdavant, identificaren la realitat concreta amb el món que és transcendent, mentre els materialistes estan plenament convençuts que la realitat objectiva és el món dels fenòmens materials. És Plató, en opinió de Glenn R. Morrow¹⁵ el qui posa les bases per a les futures tècniques de persuasió, des de la retòrica fins a les arts en política i en educació. Tècniques que operen cap a un coneixement millor de la natura humana. És el primer en situar al seu lloc just la irracionalitat de la massa, susceptible, mitjançant tècniques escaients, d'ésser persuadida per tal que adopti i faci seves determinades idees, actituds i opinions.

En opinió de Richard McKeon,¹⁶ Aristòtil confereix al coneixement una funció moralitzant i el relaciona amb l'art com a nexa necessari entre art i política. Georg Lukács remarca també que «La teoria del reflex no és res de nou en estètica. La imatge, el reflex mateix com a metàfora que expressa l'essència de l'art, deu la seva celebritat a Shakespeare, autor que alludeix a aquesta concepció de l'art, indicant-la com a essència de la seva pròpia teoria de la pràctica literària, en l'escena dels comedians de *Hamlet*. Però, en realitat, la idea és encara més antiga. Ja és una qüestió central en l'estètica d'Aristòtil.»¹⁷

Aristòtil planteja també en el seu sistema d'estètica el problema de l'objecte de l'art i de considerar que aquest era la vida humana. Aquesta idea d'Aristòtil fou recollida i desenvolupada tant per Lessing com per Chernichevsky. Són idees que tindrien el seu desenvolupament complet

14. BRÉAZU, Marcel: *El valor estético*, en SÁNCHEZ VÁZQUEZ, A.: *Estética y marxismo*, vol. II, p. 370, México, 1975.

15. MORROW, Glenn R.: *Plato's conception of persuasion*, citat per JANICIK, op. cit., p. 28.

16. McKEON, Richard: *Introduction to Aristotle*, citat per JANICIK, p. 28.

17. LUKÁCS, George: *Arte auténtico y realismo*, en SÁNCHEZ VÁZQUEZ, A., op. cit., vol. II, p. 48.

en èpoques posteriors, però que, indubtablement, ja tingueren en el període clàssic una vivència i un principi de desenvolupament.

TEORIES MODERNES

En aquest apartat consideraré per separat quatre fites que poden configurar i determinar les concepcions actuals i les actituds enfront de la propaganda. El paper que la ideologia fa en la formulació de la relació art-societat és innegable, ja que sens dubte de cap mena el concepte d'ideologia és un dels més equívocs que hi ha. La varietat d'ús i d'utilització que s'ha fet d'aquest concepte és inacabable. De les nombroses concepcions del terme 'ideologia' n'extreuré dues. La primera, més pròpia de la sociologia del coneixement, és la que relaciona ideologia amb ciència (a vegades contraposant-les), objectivisme amb subjectivisme; allò que és científic i ideològic, etc. Partint de la comprovació de la determinació social del coneixement, fet cert, fa derivar la qüestió cap a una afirmació falsa. És a dir, considera que tota ideologia, pel fet d'ésser socialment condicionada, reflecteix les aspiracions i els interessos d'un grup social determinat, resultant-ne una falsa consciència, és a dir, que dóna una imatge unilateral, parcial i, en conseqüència, deformada de la realitat. Simplificada, aquesta concepció vindria a dir que tot coneixement, pel fet d'ésser produït per un interès de classe, és fals, atès que el propi interès en condiciona el procés. En aquest aspecte, Marx estableix la diferenciació dels interessos diversos de les diferents classes socials. Per raó d'aquesta diferenciació, hi ha determinades classes que tenen interès a impulsar l'evolució de la societat, mentre que d'altres tenen interès a mantenir la situació existent o a frenar les transformacions que estan tenint lloc. Ara bé, el coneixement només es deforma quan es troba condicionat pels interessos de les classes «descendents», és a dir, de les classes interessades en el manteniment de l'ordre existent i amenaçades per la seva supressió. Quan el coneixement vé condicionat pels interessos de les classes «ascendents», revolucionàries, que s'ajusten a les transformacions socials que es troben en vies de dur-se a terme, no hi ha deformació del coneixement. En aquest sentit, Lenin parlava d'*ideologia científica* quan feia referència a la teoria elaborada pel moviment obrer.

El que ens interessa és la segona concepció, la qual és definida per Gramsci com «...la concepció del món que es manifesta implícitament en l'art, en el dret, en l'activitat econòmica, en totes les manifestacions de la vida, individuals o col·lectives.» «Hi ha les formes jurídiques, polítiques, religioses, artístiques o filosòfiques, en una paraula, les formes ideològiques, sota les quals els homes es veuen reflectits en la realitat social.»

La ideologia consisteix en un conjunt de coherència relativa de representacions, valors i creences: exactament igual com els homes participen també en activitats religioses, morals, estètiques i filosòfiques. La ideologia afecta al món on viuen els homes, les seves relacions amb la natura, amb la societat i amb els altres homes, així com la pròpia activitat, inclosa l'econòmica i política. En la ideologia, els homes expressen, efectivament, no les relacions amb llurs condicions

d'existència, sinó la forma com viuen les relacions llurs amb les seves condicions d'existència.

Althusser¹⁸ defineix la ideologia com una representació de la relació imaginària dels individus amb llurs condicions reals d'existència. És a dir que, d'alguna manera, és una il·lusió de la realitat que fa, alhora, allusió a la realitat. La ideologia no és un coneixement de la realitat, encara que inclogui elements de coneixement, i manifesta necessàriament una adequació-inadequació respecte del que és real.

La funció de la ideologia és fer adequats, inserir els homes en l'estructura que els ha tocat de viure. Inserir, que vol dir precisament dissimular les contradiccions reals; reconstruir, sobre un pla imaginari, un discurs relativament coherent que serveix d'horitzó a allò que és viscut pels homes, i dóna forma així a llurs representacions, d'acord amb les relacions reals i inserint-les en la unitat de les relacions d'una formació. De la mateixa manera, la ideologia comprèn no tant sols uns elements dispersos del coneixement, sinó també el procés de simbolització, la transposició mítica, el gust, l'estil, la moda; en definitiva, el mode de vida en general. El nivell ideològic forma part orgànicament, com a tal, de tota activitat social. Sense aquests sistemes de representacions que són les ideologies, les societats humanes no podrien sobreviure.

En les societats dividides en classes, la funció original de la ideologia és sobredeterminada per les relacions de classe. Com va afirmar Marx: «Les idees de la classe dominant són les idees dominants a cada època; o, dit en altres termes, la classe que exerceix el poder material dominant a la societat és, alhora, el seu poder espiritual dominant.»¹⁹ La correspondència de la ideologia i de la classe políticament dominant es deu al fet que la constitució del nivell ideològic succeeix en la unitat de l'estructura global d'una formació social que té per efecte, en el camp de la lluita de classes, la dominació d'una classe o una altra. La ideologia dominant, en assegurar la inserció pràctica dels éssers humans en l'estructura social, tendeix al manteniment d'aquesta estructura, ço que vol dir, abans que res, l'explotació i la dominació de classe.

Aquesta dominació es duu a terme pel conjunt de representacions, vàlues, nocions, creences, normes de conducta, etc. Si la ideologia, en general, tendeix a dissimular les contradiccions, la ideologia dominant, les ideologies de les classes dominants reforcen la mateixa funció.

Nikos Hadjinicolaou²⁰ introdueix una distinció en el concepte d'ideologia: «ideologia en imatges positiva» i «ideologia en imatges crítica». La primera té un caràcter afirmatiu, positiu, i fa referència, fonamentalment, a la ideologia de la classe dominant que tendeix a velar la societat dividida en classes, propagant la unitat, la manca d'antagonisme, de lluita de classes. La segona tendeix a oposar-se a la ideo-

18. ALTHUSSER, Louis: *El conocimiento del arte y la ideología*, en SÁNCHEZ VÁZQUEZ, A., op. cit., vol. I, pp. 316-317.

19. MARX, ENGELS: *Textos sobre la producción artística*, Ed. A. Corazón, p. 50, Madrid, 1972.

20. HADJINICOLAOU, Nikos: *Historia del arte y lucha de clases*, pp. 17-21, Madrid, 1975.

logia dominant en la qual té per natural i lògica la divisió de la societat dividida en classes.

El nivell ideològic és format per dos tipus de sistemes:

a) Els sistemes idees-representacions socials (les ideologies en sentit restringit), que comprenen les idees polítiques, morals, filosòfiques, etc. dels homes d'una societat determinada. Aquestes idees apareixen sota la forma de diverses representacions del món i del paper que els homes hi representen.

b) Els sistemes d'actituds-comportament, que estan formats pel conjunt d'hàbits, costums i tendències a reaccionar d'una forma determinada.

Dins del conjunt de les regions, el que ens interessa són les que mantenen relacions amb la producció d'imatges. Hadjinicolaou parla de regió d'ideologia estètica, la qual és formada per la regió del nivell ideològic que correspon a la producció d'imatges. La regió de la ideologia estètica es troba, en cada societat, determinada no sols per la ideologia de la classe dominant (cosa que es fa a través d'una altra regió del nivell ideològic que té pel damunt) sinó, a més, dividida en sub-regions, segons el sistema de les arts de cada època (per exemple, la sub-regió ideologia estètica de la imatge, ideologia estètica musical, etcètera). En resum, la regió del nivell ideològic que ens interessa, perquè afecta a la producció d'imatges, és la regió de la ideologia estètica i, més exactament, la sub-regió que anomenem ideologia estètica de la imatge.

Hadjinicolaou, partint de la premissa segons la qual «la història de tota societat, fins al present, és la història de la lluita de classes», aventura la tesi que «la història de les ideologies estètiques de la imatge és una història particular d'aquesta història general de la lluita de classes.» O, dit d'una altra manera, que la història de les ideologies estètiques de la imatge no és altra cosa que la història de la successió i de la lluita entre diferents ideologies estètiques determinades, en darrera instància, per la lluita econòmica de classes.

Després d'haver vist que la lluita de classes és una lluita de pràctiques de diverses classes; que les classes segueixen, no sols una pràctica econòmica i una pràctica política, sinó també una pràctica ideològica, Hadjinicolaou es qüestiona el problema de saber si es pot considerar la producció d'imatges com una pràctica ideològica, com una de les nombroses pràctiques o regions del nivell ideològic. Com si fos un sil·logisme, considera que, en cas afirmatiu, resulta automàticament que la producció d'imatges és una pràctica de classe. Pel fet d'ésser la ideologia²¹ un conjunt de coherència relativa de representacions, valors i creences a través dels quals els homes expressen la forma com viuen llur relació amb llurs condicions d'existència, ¿formen les imatges aquest conjunt o món més aviat els vehicles d'aquests conjunts? Això ens duu al camp de la concepció tradicional de la distinció entre forma i contingut. No s'han de cercar les ideologies en el contingut de les imatges, sinó en llur presentació, fet que implica la unitat de la forma i del contingut.

21. Ibid., p. 11.

Pot dir-se que tota imatge, independentment de la qualitat que tingui, és una obra ideològica. En aquest sentit, el món que ens revela és el d'una ideologia, sigui quin sigui el seu realisme (el realisme no és més que una de les ideologies en imatges). La ideologia de la imatge és una ideologia pròpiament d'imatges i no de política o literària; un tipus d'ideologia que no existeix, com a tal, més que en la forma de les dues dimensions de la imatge, sense deixar de mantenir relacions específiques amb els altres tipus d'ideologies (literària, política, filosòfica, etc.).

Quina relació hi ha, doncs, entre el concepte de les ideologies en imatges i el d'ideologia en general? En la ideologia, la relació real dels homes amb llurs condicions d'existència reals es troba inevitablement investida en la relació imaginària: relació que expressa més una voluntat (conservadora, conformista, reformista o revolucionària), una esperança o una nostàlgia que no pas la descripció d'una realitat. Tota representació ideològica és una representació de la realitat determinada, valgui la redundància, que fa una certa al·lusió a la realitat i alhora a una il·lusió. La ideologia, aquesta al·lusió-il·lusió, coneixement-desconeixement de la realitat, és diferent segons les classes socials, segons el paper que ocupen en la societat. Fins i tot és diferent en l'interior d'una mateixa classe; a cada capa o fracció hi ha diferents particularitats, tant al nivell polític, com a l'ideològic. A tall d'exemple, podem distingir la ideologia de la burgesia industrial de la que té la burgesia especulativa, essent ambdues classe dominant. Aquestes mateixes característiques, ¿són imputables a la ideologia en imatges? Tota ideologia en imatges fa al·lusió a la realitat. Però, cal especificar que es trata d'una realitat que és la combinació de la consciència que té una classe de si mateixa amb la seva visió del món. Alhora, produeix una il·lusió quant al lloc objectiu d'aquesta classe en la realització de les classes i en el món. És precisament l'anàlisi històrica de cada ideologia en imatges la que pot descobrir aquest doble aspecte al·lusiü-illusiuri que caracteritza la producció d'imatges en general.

Abans ha estat afirmat que tota imatge és ideològica, donat que tota imatge pertany a una ideologia en imatges. Podem afegir ara que és una regió del nivell ideològic que té la seva autonomia. Autonomia pel fet que els elements que la integren no existeixen, com a tals, o en tot cas no pas tots, en altres formes ideològiques. Autonomia sobre-determinada per altres tipus o regions del nivell ideològic, segons els modes de producció i les formes socials. Així, l'exemple típic que s'exposa és el de l'època del feudalisme, on el nivell ideològic dominant era el religiós, el qual sobredeterminava tots els altres nivells, com les ideologies en imatges.

D'altra banda, tal com la ideologia en general, la ideologia en imatges no existeix de forma igual ni idèntica en les diferents classes, ni en les diferents capes o fraccions de classe. Atesa la visió particular que cada classe, capa o fracció té d'ella mateixa, de les altres classes i de la societat en general, caldria que tingués a cada moment històric la seva pròpia ideologia en imatges. Però en realitat no és així, pel fet que certes classes no han tingut la seva ideologia en imatges per tal com no van tenir ni tant sols producció d'imatges. Això és degut al fet que, segons quin tipus de producció artística ha estat privativa

d'una ideologia determinada i d'una certa posició social. Aquesta observació no es pot generalitzar a tota la producció artística però sí, per exemple, a alguna en concret com ho és el quadre. També es deu al fet que la ideologia en imatges de les classes dominants han acaparat i monopolitzat les ideologies en imatges restants. De tota forma, caldria matisar molt més aquestes afirmacions, ja que durant molt de temps hi ha hagut un mur gairebé infranquejable entre les diferents classes, en el camp cultural; és ara que aquest mur s'està diluint per tal d'impregnar així d'ideologia dominant la resta de les classes socials. Això és, d'alguna manera, allò que anomenem el fenomen de la integració. Fenomen d'integració en el qual la propaganda ha estat destinada a tenir un paper molt important.

A partir del 1789, cal assenyalar com a importants en el camp de la propaganda la Revolució Francesa, d'antuvi, la Revolució Russa amb consideració especial a l'estètica marxista, i l'època feixista amb l'estètica que li és pròpia.

LA REVOLUCIÓ FRANCESA

Fins a l'època de la Revolució Francesa, com afirma encertadament Domenach,²² la propaganda de Juli Cèsar, Lluís XIV, etc., ha d'ésser considerada com una propaganda personalista; propaganda que podríem considerar fins i tot més com a publicitat de tipus personal que no pas com a propaganda política.

La propaganda política podrem considerar-la formada quan s'uneixi contra la ideologia política; per això crec que cal citar la Revolució Francesa en primer lloc, ja que hi tingueren lloc dues característiques fonamentals: en primer terme, era una acció permanent amb coordinació d'elements múltiples i amb un ampli radi d'acció, que tendia a obtenir opinió i provocar tota mena de modificacions; era, a més, principalment una propaganda de massa. En segon terme, actua damunt d'aquesta massa mitjançant mites, antics i moderns. I els nous mites es distribueixen per tots els sectors mercès a l'àmplia difusió dels cartells que orienten, exigeixen, criden a la gent a apuntar-se...²³ Símbols com el de la gorra frígia, la consigna «Liberté, Égalité, Fraternité», la frase «Vive la République», símbols i consignes que sorgeixen de les reunions dels clubs, assemblees i comitès revolucionaris; els comissaris n'eren els encarregats de transmetre i organitzar la propaganda. Com diu Domenach: «Per primer cop a la història, una nació s'alliberava, s'organitzava en nom d'una doctrina que de cop era considerada com a universal. Per primer cop una política interior i exterior anava acompanyada de l'expansió d'una ideologia que per aquesta raó segregava, d'una manera natural, la propaganda. La Marsellesa, la gorra frígia, les festes, les manifestacions, el patíbul enmig de les places públiques, les diatribes, les injúries, tots els recursos de la propaganda

22. DOMENACH, J. M., op. cit., p. 25.

23. GALLO, Max: *L'affiche, miroir de l'histoire - miroir de la vie*, p. 17, París, 1973.

moderna es van estrenar aleshores».²⁴ Se li va assignar a l'art un paper veritablement actiu a nivell social. I en aquest punt concret fóra interessant —bé que no ho penso desenvolupar, sinó només apuntar— de fer una anàlisi respecte de l'obra de Plance, Proudhon, Baudelaire i Champfleury, que amb llur obra desenvolupen parcialment tesis que tendeixen a justificar i promoure l'art de la propaganda.

EL COMUNISME

Marx i Engels, en llurs escrits sobre art, subscriuen una teoria sobre l'art clàssic que cal considerar com a universalista; lliguen estretament la producció artística en períodes més avançats amb les qüestions de lluita de classes, alienació i ideologia.

El marxisme com a expressió científica dels interessos de la classe obrera i com a concepció del món va significar en el seu moment una veritable revolució en totes les ciències socials, inclosa l'estètica. L'estètica marxista-leninista representa una fase superior i nova que es desenvolupa sobre la base de l'assimilació crítica i de la reelaboració dels pensaments estètics, a través dels temps. Com diu Yanko Ros: «El marxisme sempre ha pretès ésser un coneixement científic en tots els dominis de la realitat, de la natura i de la societat. Per això ha inscrit en el seu programa l'exigència de conèixer l'art científicament, de crear una ciència teòrica que l'estudiï d'una manera científica.

Des del punt de vista marxista, aquesta ciència és possible i necessària, atès que l'art és un fenomen real i objectiu amb una estructura i lleis específiques. Com és sabut, la gnoseologia marxista considera que el coneixement científic del món no és sinó el coneixement de les lleis que es manifesten en els seus fenòmens. Això vol dir que l'estètica només es converteix en ciència quan comença a descobrir les veritables lleis: les lleis reals de la creació i de l'obra artística i no pas les lleis inventades o especioses d'aquest domini. En poques paraules, només és ciència quan descobreix en les obres particulars allò que és essencial per a l'art, allò que és general i necessari: la llei.»²⁵

En vista de les característiques del marxisme, resulta obvi que la seva estètica no pot ésser únicament i exclusiva una estètica pràctica o programàtica, però sí, en certa manera, normativa, ja que els coneixements generals de l'art, les seves lleis i estructura poden servir de criteris objectius per a l'anàlisi d'obres noves. En més d'una ocasió, fins i tot entre comunistes, hom ha pretès d'establir una certa identitat entre estètica marxista i sociologia marxista de l'art, sense establir les diferències que cal entre l'una i l'altra, malgrat que les dues tinguin en comú l'anàlisi de l'art com a reflex de la realitat social.

Sens dubte fou Lenin el primer que va posar damunt la taula la qüestió que l'única justificació social per a l'art és la seva funció de

24. DOMENACH, J. M., op. cit., pp. 27-28.

25. ROS, Yanko: *Estètica marxista y estéticas político-programáticas*, en SÁNCHEZ VÁZQUEZ, op. cit., vol. I, p. 117.

propagar idees. D'altra banda, és coneguda la importància que Lenin atribuïa als factors culturals i ideològics en la lluita de classes, la conquesta del poder i la construcció del socialisme. Sobre aquest punt va escriure: «Al nostre país la revolució política i social va precedir la cultural, aquesta revolució cultural en la qual, malgrat tot, ens trobem ara». I: «avui no n'hi ha prou amb aquesta revolució cultural per arribar a convertir-nos en un país completament socialista.»²⁶

En l'evolució històrica a la U.R.S.S. del concepte i posada en pràctica de l'art com a propaganda, cal establir tres períodes: A) 1917-1924. Es caracteritza per la seva llibertat i per l'experimentació. B) 1924-1932. Caracteritzada per l'interès gradual de la política en el camp artístic. S'inicia d'una manera incipient el control per part del partit. C) Des de 1932. Se suprimeix la llibertat de l'artista i se supedita la producció a la direcció del partit.

Anatoly Lunacharsky, primer Comissari del Poble per a l'Educació, va escriure l'any 1924: «L'art no és de cap manera un mer reflex de la realitat. És fals també que no sigui més que un reflex de la realitat a través del prisma de la individualitat de l'escriptor, que és també alhora el producte de certes condicions socials. No; l'escriptor —unes vegades conscientment, d'altres inconscient— duu a terme el paper d'un predicador. Pot dur-lo a terme líricament, és a dir, expressant les seves idees i sentiments d'una manera directa, o pot fer-ho també d'una manera èpica o dramàtica; és a dir, operant com si fos un reflex objectiu de la realitat, com si presentés fets que parlen per ells mateixos, encara que escollits de tal forma que impulsen el lector a treure'n unes conclusions determinades.

L'art és, així mateix, una força social: és un instrument poderós de propaganda. Des d'aquest punt de vista, en tots els sectors de la vida social l'artista apareix com una força combativa que pren part en la lluita de classes.»²⁷

Són conegudes les formulacions de Lenin sobre el paper que ha de jugar el propagandista-agitador en el sentit d'explicar a les masses les contradiccions del sistema capitalista, i com considerava d'extrema importància la propaganda i l'agitació en totes les capes del poble.

En el període 1917-1924 dominen, sense cap crítica, els moviments futuristes, cubistes, constructivista, suprematista, etc., fins el 1922 en què la Rússia bolxevic acaba tant la guerra civil com la guerra contra Polònia. L'administració artística del país, en aquests quatre anys, podria qualificar-se fàcilment amb la denominació d'anàrquica.

D'ençà del 1922, comença a afirmar-se el projecte de centralitzar l'activitat artística sota la direcció del partit, tendència a la qual s'oposa el «Prolet-kult» (Cultura proletària), organització cultural fundada l'any 1906, però que no tingué importància fins al setembre de 1917, i l'activitat de la qual es desenvolupà fins el 1932.

La seva doctrina era la d'un ordre comunista militant, i la finalitat la creació d'una cultura proletària. Amb aquesta idea, després de la

26. LENIN: *Sobre la cooperación. Obras escogidas*, Ed. Progreso, Moscou, vol. III, p. 784.

27. LUNACHARSKY, Anatoli: *La significación del arte desde el punto de vista comunista*, en SÁNCHEZ VÁZQUEZ, A., op. cit., vol. II, p. 371.

Revolució d'Octubre, comença a dur a la pràctica el seu sistema en el qual s'intenta, en primer lloc, la unió de l'art i de la indústria. Com és evident, el «Prolet-kult» insistia en la necessitat d'una nova cultura de classe que trenqués amb tota la tradició burgesa i que recolzés damunt el proletariat. El seu teòric més destacat fou V. Pletnev, el qual va publicar un article a «Pravda» el 27 de setembre de 1922 que va ratificar novament certes divergències de Lenin amb aquest grup. Lenin, ja en el Primer Congrés del Prolet-kult del 1920 s'havia oposat a la idea d'inventar una cultura proletària que tingués una autonomia plena. Progressivament, el partit va anar agafant les regnes de la producció artística, fet que culminaria amb la proclamació del Realisme Socialista l'any 1934 per Andrej Zhdánov.

Lenin va concebre la propaganda en un sentit dialèctic de la formació de grups d'agitadors, amb la finalitat de sensibilitzar i arrossegant les masses. Era una propaganda entesa en un doble sentit: d'una banda l'agitació, per l'altra l'educació²⁸ i això actuava en certa manera com una corretja de transmissió que unia la massa amb el partit. S'hi introduïa un element essencial que ja havia estat emprat de manera incipient a l'època de la Revolució Francesa: la consigna, que conté en el seu interior l'aspecte combatiu i constructiu de la propaganda. I que, d'altra banda, és un element bàsic en els cartells, tant en els russos com en els espanyols de la Guerra civil. Consignes tals com «Tot el poder per als soviètics», «Terra i pau», «Па, pau i llibertat», «Per un govern d'àmplia unió democràtica», etc. Consignes que caldria estudiar curosament, ja que havien de correspondre no sols al moment polític, sinó també al nivell de consciència de les masses. Lenin va crear a través de l'activitat propagandística (cartells, finestres de la Rosta, diaris murals, oradors, exposicions, emissions radiades —Trotski, per exemple, en va fer una bona colla—, cinema, etc.) l'organització que més endavant fou internacionalitzada amb la denominació d'«Agit-prop» i que estava connectada amb el Comitè Central del Partit.

Del 1917 al 1932 hom va assistir a l'URSS a la coexistència de diverses tendències artístiques, encara que paulatinament anaren «prenent el poder» aquelles que plantejaven les realitzacions d'una manera realista; d'una manera gradual es va anar desenvolupant la teoria del «Realisme socialista» que, com ja hem dit, havia d'ésser proclamada com a oficial l'any 1934²⁹ durant la celebració del Primer Congrés d'Es-

28. Vid. respecte a això els articles recollits en: SÁNCHEZ VÁZQUEZ, A., op. cit. (cito en les traduccions castellanes emprades).

PLETNEV, V.: *El Prolet-kult y el arte*, vol. II, p. 213-219.

LENIN, V. I.: *Sobre la cultura proletaria*, vol. II, pp. 220-224.

Resolución del C.C. del P.C. de Rusia: sobre la política en el terreno de la literatura, vol. II, pp. 225-228.

LUNACHARSKY, Anatoli: *Líneas fundamentales del arte proletario*, vol. II, p. 229-233.

29. DOMENACH, J. M., op. cit., pp. 31-38.

30. Sobre aquest tema, vid:

MORAWSKY, Stefan: *Reflexiones sobre estética marxista*, pp. 341-362.

MORAWSKY, Stefan: *Fundamentos de estética*.

JANÍČIK, E. C., op. cit., pp. 36-40.

criptors Soviètics, el mes d'agost. Teoria que implantava un estil únic al servei del Partit i del proletariat, un estil que el temps i la història es veurien obligats a qualificar d'acadèmic i conservador, malgrat l'afirmació que «la literatura (i l'expressió artística) ³¹ 'soviètica' és la més rica en contingut, la més avançada i la més revolucionària. No hi ha ni hi ha hagut mai una literatura fora de la soviètica que hagi mobilitzat els treballadors i els oprimits per a la lluita per tal d'aniquilar definitivament l'explotació i el jou de l'esclavitud del salari. No hi ha ni hi ha hagut mai cap altra literatura que prengui per base dels temes de la seva producció la vida de la classe obrera i del camperolat i la seva lluita pel socialisme»³². En definitiva, l'art va passar a ésser una cosa sotmesa als objectius polítics de la propaganda i l'agitació, a la qual interessava no tant la cultura com el culte social políticament aprovat.

EL FEIXISME

Sota el feixisme —i no entraré en les disquisicions sobre si era o no una ideologia coherent, un mer oportunisme, etc., disquisició en la qual han entrat i s'han explicat amb criteris diversos molts teòrics burgesos i marxistes, ja que actualment el feixista i la seva ideologia «és considerat un fenomen massa vulgar per tenir una ideologia, dignitat cultural a la qual poden aspirar només les grans expressions històriques».³³

El propi Mussolini havia afirmat el desembre del 1919: «El feixisme és programàtic: no té a priori ni objectius a llarg termini: no presumeix d'existir sempre, ni tant sols durant un període llarg. Nosaltres, que detestem profundament tots els cristianismes, tant el de Jesús com el de Marx, sentim una simpatia extraordinària pel nou increment que pren, a la vida moderna, el culte pagà de la força i el valor... ¡Prou de teòlegs roigs i negres de totes les esglésies, de falses i astutes promeses d'un paradís que no arribarà mai!». ³⁴ I el gener de 1920 digué: «Nosaltres fem costat a tot allò que exalta i engrandeix l'individu, tot allò que li proporciona un millor benestar, llibertat i una major independència; combatem tot allò que deprimeix i mortifica l'individu. En l'actualitat hi ha dues religions que es disputen el domini damunt de l'individu i sobre el món: la roja i la negra; les encícliques provenen avui de dos Vaticans, el de Roma i el de Moscou. Nosaltres som els heretges d'aquestes dues religions.» ³⁵

ZDÁNOV, A.: *El realismo socialista*, en SÁNCHEZ VÁZQUEZ, op. cit., vol. I, pp. 235-240.

BRECHT, B.: *El compromiso en la literatura y el arte*, pp. 423-424.

TOEPLITZ, K. T.: *La ideología realista socialista*, en SÁNCHEZ VÁZQUEZ, A., op. cit., vol. II, p. 256-268.

31. El parèntesi és meu, però se sobreentén pel discurs global de Zdánov.

32. ZDÁNOV, A., op. cit., p. 236.

33. SILVA, Umberto: *Arte e ideologia del fascismo*, p. 145, València, 1975.

34. FERRER RODRIGUEZ, E.: *Por el ancho mundo de la propaganda política*, s/p.

35. Ibid.

Sí que es pot afirmar, en canvi, que sota el feixisme, italià, alemany o fins i tot espanyol, es va assistir a una obsessió per les manifestacions estètiques al servei del Duce, del Führer o del Generalísimo, amb un caràcter personalista ben marcat. Hi serà bàsica la substitució de la intel·ligència per la imatge que bombardeja els ciutadans constantment.³⁶ Per exemple, durant la dictadura de Mussolini —i això es pot aplicar també a Hitler i Franco— el seu retrat penjava de les parets de l'escola, al costat del crucifix, i els carrers eren sempre plens de pancartes i rètols que pregonaven que «Mussolini sempre té raó. Estigueu orgullosos de viure en l'època de Mussolini!».³⁷

Potser, ateses les característiques especials de les relacions entre art i feixisme, més que d'una estètica feixista, caldria parlar amb més propietat d'un estil feixista que pretenia d'inculcar en la població una nova manera de viure. Una lectura atenta de les imatges que ens presenta el llibre d'Umberto Silva i una anàlisi dels grans actes, discursos i films realitzats sota l'ègida hitleriana faran costat, sens dubte, a la meua afirmació anterior. En aquest «new look», en aquest nou estil la suplantació de l'anàlisi intel·lectual de les masses per la instal·lació redundant de la imatge emotiva jugarà un paper important a favor de la propaganda a tots els nivells de la «ideologia» que cal imposar.

Domenach senyala amb gran encert les diferències entre la propaganda leninista i la feixista quan diu: «En la perspectiva leninista, la propaganda és la traducció de la tàctica, però els objectius que es proposa, no pel mer fet d'ésser objectius pràctics, deixen d'ésser menys propugnats. Quan Lenin posa en circulació la idea de Terra i Pau «es tractava realment de repartir la terra i signar la pau... però quan Goebbels, després d'haver predicat un racisme anticristià proclama que el poble alemany fa la guerra per a «la defensa de la civilització cristiana», aquesta afirmació no té per a ell cap realitat concreta: no és sinó una fórmula oportunista destinada a mobilitzar unes noves masses. El hitlerianisme ha corromput la concepció leninista de la propaganda. N'ha fet una arma de la qual pot fer-se'n ús per a qualsevol finalitat».³⁸

En el feixisme assistim a la imposició de tres elements bàsics a nivell popular: l'uniforme, la propaganda visual gràfica i l'ús reiteratiu dels símbols, al marge de les desfilades, marxades, concentracions, etc. En allò que fa referència als símbols concrets relacionats amb l'estat, a Itàlia trobem el *fascio*; a Alemanya, la creu gammada; i a Espanya, a la primera època, el *yugo y las flechas*. Tots tres tindran en comú la salutació ritual amb el braç alçat, heretat de les antigues legions romanes, amb la idea bàsica del totalitarisme i de l'Imperi; el lema serà: «Tot per l'Estat, per a l'Estat i dins de l'Estat.» A Itàlia es dirà: «Itàlia per a qui? Per als italians!»

L'art tingué importància sobretot a Alemanya i a Itàlia —a Espanya Franco no va assolir, malgrat tot, la creació d'un estil, encara que

36. DA CAL, Enrique: *Los tristes años del «retro»: fascismo y estética*, p. 24, Barcelona, 1975.

37. DOMENACH, J. M., op. cit., p. 43.

38. Ibid., p. 43.

tingui una representació arquitectònic-escultòrica palesament feixista, com ho és el «Valle de los Caídos», posat al servei d'un pretès programa oficial de cultura.

L'art fou posat completament sota la dictadura del totalitarisme polític, i aquesta submissió podria condensar-se en tres funcions, principalment:³⁹

- a) Tot el que era individual fou absorbit pels plans culturals de l'estat.
- b) L'art fou promogut per tal d'establir identificacions de la massa amb l'estat.
- c) Fou emprat per crear unes sensacions de seguretat i creat per a la glorificació dels símbols.

I no van dubtar, coneixedors com eren del principi de la irracionalitat de la massa, a manipular-la a través dels mecanismes sentimentals, de l'exaltació de la puresa de la sang, dels instints primaris com la vida i la mort, fins a situacions properes a la histèria col·lectiva, amb tal que servissin les seves finalitats.

Atès el paper que l'Estat adjudicava a l'art, qualsevol desviació en l'estil o en la tècnica era perseguida. Pensem per un moment en l'estigma que Hitler atribuï, per exemple, a la tendència expressionista, a la qual va qualificar «d'art degenerat».

Goebbels va ésser a l'època hitleriana el responsable de la Cambra de Cultura, ministre de propaganda del III Reich i per a la seva comesa va utilitzar principalment dos mètodes:⁴⁰

- 1) *Un control positiu* que assegurava honors, posició i protecció a tot aquell que fes costat i subscriuís les tesis oficials.
- 2) *Un control negatiu* sobre els qui sostenien les tesis contràries, condemnats com a enemics. Especialment foren atacades totes aquelles coses que poguessin tenir relació amb jueus i bolxevics.

Fou imposat com a art oficial un realisme d'arrels romàntiques i classicistes en el qual s'exalçava el Reich i la Raça, i foren prodigats els nus perfeccionistes d'amazones i esportistes.

Domenach estableix dues fases en la propaganda hitleriana:⁴¹ en la primera calia crear els reflexos que formaran l'engranatge d'aquesta propaganda: «associar l'objecte desitjat per la massa amb el que el partit es proposa com a meta». Per a això n'hi ha prou amb l'exhibició i popularització de la creu gammada, la salutació, el retrat de Hitler distribuït per tot arreu, els cants. En una segona fase hom segueix amb els símbols, que encara que susciten la idea de la grandesa, comporten també la del terror, la propaganda antisoviètica, antisemita, etc.

Hitler va assolir amb el seu programa de propaganda que tot un poble se sentís fascinat pel món que semblava oferir, com si es tractés d'autòmats.

39. JANÍCIK, E. C., op. cit., p. 30.

40. Ibid., p. 32.

Goebbel, cal dir-ho, en el camp de la propaganda, no va deixar res a l'atzar. Totes les manifestacions eren preparades amb gran compte. El partit es trobava present a tot arreu: carrers, fàbriques i fins i tot a les cases. I per altra banda, Hitler fou conscient de la influència que la ràdio, la premsa i el cinema tenien sobre les masses, que repetien constantment les consignes i les noves. Aquest fet fou també emprat per Franc; i qui no recorda el legendari NO-DO de la primera època i tins i tot la pel·lícula *Raza*?

Immaculada Julián
Professora del Departament
d'Història de l'Art (U. B.)