

I GIORNALI FALANGISTI PER LA GIOVENTÙ NEL DOPOGUERRA

Lucía Ballesteros Aguayo

Universidad de Málaga

Ricevuto: 24/12/2017

Approvato: 23/05/2018

Los periodistas falangistas para la juventud en la posguerra

El presente trabajo es parte de una nueva línea de estudios sobre publicaciones falangistas dirigidas a jóvenes en la España de Franco, enfocada a llenar un vacío en la literatura científica y a sentar las bases para un estudio más profundo. El artículo resalta el proceso en el que se esbozó el paradigma periodístico de los jóvenes en los periódicos pertenecientes al partido único a través del Movimiento Nacional. Además, este trabajo descubre aspectos del modelo ideológico del primer franquismo, transmitido a través de la prensa.

Palabras claves: Fascismo, prensa, jóvenes, franquismo, posguerra española, propaganda

Falangist journalists for post-war youth

The present work belongs to a new branch of study worldwide upon the analysis of Franco's newspapers related to the Falange political movement and destined to the youth. Thus it helps to fill a void in the scientific literature on this argument and puts the bases for later scientific contributions. The article emphasises the process according to which the journalistic paradigm for the young was configured around the Falange's newspapers inside the National Movement, at the same time that it reveals new issues above the ideological model in the earlier years during the Franco's regime transmitted through the press.

Keywords: Fascism, Franco's regime, Spanish post-war, propaganda

1. *Un modello di propaganda fascista*

Una riflessione sulle tendenze dei periodici rivolti alla gioventù spagnola dalla Falange Española Tradicionalista y Juntas de Ofensiva Nacional Sindicalista (FET y de las JONS o Falange Española), divenuta il partito unico dopo la Guerra civile, può iniziare dal 30 gennaio 1938 — data in cui si costituisce il primo governo del regime franchista a Burgos, che il 22 aprile dello stesso anno approva la prima legge del franchismo sulla stampa — per concludersi col 26 settembre 1953, quando si firmano gli accordi economici e strategici tra il governo di Franco e gli USA.

Gli anni immediatamente successivi alla Guerra civile, dopo le considerevoli divisioni sociali e politiche causate dall'asprezza del conflitto, videro un costante impegno per instaurare il nuovo Stato franchista attraverso un processo autoritario di legittimazione del potere e di ricerca del consenso¹. La vittoria dei nazionali contro la II Repubblica spagnola inaugurò un periodo caratterizzato dall'introduzione in Spagna di una dittatura di stampo fascista², basata sui principi del partito unico della Falange e sui dogmi della Chiesa Cattolica. Da quel momento l'obiettivo primario del governo franchista si concentrò sul consolidare le basi del nuovo sistema politico anche attraverso un'intensa campagna propagandistica tesa a rafforzare la figura di Franco come *Generalísimo de los Ejércitos*, in pratica come capo dello Stato e del partito unico. Per legittimare la fascistizzazione del paese, uno dei mezzi essenziali fu la stampa, con un completo e capillare controllo delle case editrici e dei giornali da parte del regime, avviato fin dal Decreto del 13 settembre 1936 mediante il quale si stabiliva l'espropriazione dei beni pignorati ai partiti politici durante la guerra³.

Le pubblicazioni periodiche avevano avuto un ruolo determinante nella conduzione della guerra e assunsero un ruolo altrettanto rilevante per affermare i valori del nuovo regime tra ampi settori della popolazione. I primi interventi del governo di Franco si indirizzarono perciò verso un controllo dei mezzi di comunicazione, da subito intesi come portavoce del discorso ufficiale, guardando ai modelli comunicativi del ministro

1. Il termine *consenso* assume nel caso del franchismo un significato simile a quello segnalato in P.V. Cannistraro, *La fabbrica del consenso. Fascismo e mass media*, Roma-Bari, Laterza, 1975.

2. Il modello del primo franchismo era caratterizzato da numerosi riferimenti politici, ma anche culturali, all'Italia fascista. Cfr. A. Camps, *Italia en la prensa periódica durante el franquismo*, Barcelona, Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona, 2014.

3. La Falange non attese la legge stampa del 1938 per imporre il controllo della stampa, benché la legge avrebbe poi facilitato ulteriormente il sequestro di società giornalistiche (cfr. P. Aubert y J.M. Desvois (eds.), *Presse et pouvoir en Espagne, 1868-1975*, Bordeaux-Madrid, Maison des Pays Ibériques-Casa de Velázquez, 1996, p. 237).

della propaganda del Terzo Reich Joseph Goebbels⁴, come pure al precedente modello della spiccata attenzione al controllo dei mass media inaugurata da Mussolini il 31 dicembre 1925 con l’emanazione di leggi fasciste che assieme a un partito unico imponevano rigidissime norme sulla gestione della stampa⁵.

Nel caso spagnolo, il maggior strumento della propaganda falangista rivolta ai giovani fu il settimanale “Flechas y Pelayos”, uno dei mezzi più efficaci della cosiddetta epoca azzurra nel comunicare con le nuove generazioni, col supporto — già durante i primi anni della dittatura — di altre pubblicazioni di carattere ideologico inaugurate col doppio obiettivo di rendere familiare tra la popolazione quel potere autoritario e indottrinare i giovani nel discorso *nazionalindicalista* del regime corporativo.

2. Tra Flechas e Pelayos: modelli di propaganda fascista

Il paradigma giornalistico del dopoguerra si delineò dunque secondo l’impostazione delle testate appartenenti al partito unico. Le pubblicazioni falangiste giovanili contribuirono così, nell’ambito sociale loro riservato, alla creazione di una cultura di massa del regime corporativo, con l’indottrinamento di future generazioni adulte. Evidenti le convergenze programmatiche tra questa strategia di propaganda e quella perseguita da altri regimi fascisti, come si faceva in Italia dal 1925, anno in cui si cominciò a pubblicare “Il Balilla” come supplemento per i più piccoli de “Il Popolo d’Italia” (fondato nel 1914 da Mussolini, poi organo del Partito Nazionale Fascista). Il *corpus* dei giornali giovanili del franchismo era formato da “Flechas y Pelayos”, “Maravillas”, “Bazar” e “Clarín”, considerate le più rappresentative sul piano nazionale. Le prime due furono le uniche pubblicazioni ufficiali periodiche destinate a questo pubblico esistenti nei primi cinque anni della dittatura. Tutte godevano di una periodicità regolare

4. Durante i tre anni del conflitto civile spagnolo, con la presenza di truppe italiane e tedesche fu costante la loro propaganda e l’adozione dei loro metodi comunicativi: «Naturalmente, la posición de italianos y alemanes era una posición privilegiada [...]. Italia se esforzaba por mantener una importante presencia propagandística en España y contaba para ello con la benevolencia del régimen», A. Pizarroso Quintero, *Italia y la España franquista. Información y propaganda (1939-1945)*, in J.A. García Galindo, J.F. Gutiérrez Lozano, I. Sánchez Alarcón (eds.), *La comunicación social durante el franquismo*, Málaga, CEDMA, 2012, pp. 35-36.

5. «Entre 1938 y 1945 la política informativa del franquismo siguió el esquema propagandístico de los regímenes fascistas en Italia y Alemania», F. Sevillano Calero, *Propaganda y Medios de Comunicación en el Franquismo*, Alicante, Publicaciones de la Universidad de Alicante, 1998, p. 79.

grazie all'autorizzazione statale per quell'editoria controllata, osservando con scrupolo le consegne imposte dalla censura. Avevano ampia influenza grazie alla loro diffusione su tutto il territorio nazionale.

Il primo giornale giovanile della dittatura franchista fu "Flechas y Pelayos" (v. Figura 1). Pubblicazione maschile diffusa dalla Delegazione Nazionale di Stampa e Propaganda di FET y de las JONS dall'11 dicembre 1938 (Anno I, n° 1) fino al 17 luglio 1949 (Anno XI, n° 536).



Figura 1. La testata di "Flechas y Pelayos" del 31 marzo 1940, dove si evidenziano le simbologie che trasmettevano i valori del nuovo regime.

Durante il suo percorso si consolidò come il prototipo di rivista del dopoguerra e materializzò una delle aspirazioni più ferme di Franco: l'unificazione di tutte le forze nazionali in un unico modello⁶. Nel caso di "Flechas y Pelayos", questa unione si esemplificò con la fusione di due riviste che esistevano già durante il conflitto civile: "Flecha" di orientamento falangista, e "Pelayos" di origine carlista (v. Figura 2).

Come accennato in precedenza, la fusione della rivista "Flecha" — diretta da Avelino Aróztegui e pubblicata a San Sebastián dal 23 gennaio 1937 dalla Jefatura Nacional de Prensa y Propaganda de la Falange Española — con "Pelayos" — stampato dal 27 dicembre 1936 a San Sebastián dalla Junta Nacional Carlista de Guerra sotto la direzione del canonico Mariano Vilaseca —, ha rappresentato l'intenzione del regime Franco di riunire le diverse sensibilità politiche attorno al partito unico. Per farlo, era innanzitutto necessario unificare le risorse specifiche di ognuna delle organizzazioni dello schieramento nazionale in un unico comando. In secondo luogo, andava creata una rete di giornali in cui si potessero integrare i nuovi media franchisti.

6. Una delle tappe essenziali nella strutturazione della stampa, da parte del governo franchista, fu l'approvazione del decreto di unificazione il 19 aprile 1937, col quale venne creato il partito unico della FET y de las JONS. Si pretendeva così di evitare contrasti ideologici tra le differenti forze politiche, da una parte, la Falange Spagnola di natura fascista, e, per un altro, la Comunione Tradizionalista Carlista.



Figura 2. Una delle più importanti risorse del discorso propagandistico era la proliferazione di eroi. "Flechas y Pelayos" del 29 settembre 1940, n° 55, p. 4.

Questo settimanale è ritenuto di fondamentale importanza in quanto inaugurava per la stampa giovanile il paradigma giornalistico del primo franchismo configurato intorno al *Movimiento Nacional* e ispirato al modello educativo cattolico, diventando nei primi anni il maggiore riferimento della stampa giovanile fascista in Spagna.

Il successivo progetto destinato ai giovani è stato “Maravillas”, indirizzato a bambini fino ai dieci anni, come supplemento di “Flechas y Pelayos” pubblicato dal partito unico, specificamente dalla *Delegación Nacional del Frente de Juventudes*, concepito dai falangisti come uno strumento di indottrinamento giovanile, sul modello di altri organismi italiani come l’Opera Nazionale Balilla o la Gioventù italiana del Littorio⁷. Il *Frente de Juventudes* esercitò un impegno intenso nel processo di indottrinamento dell’infanzia. Creato come organismo per l’inquadramento dei giovani, costituiva una branca della struttura del partito unico. Nella sua Legge Costitutiva del 6 dicembre 1940 comprende già gli obiettivi da sviluppare e la loro applicazione in ambito civile e sociale:

a) L’educazione politica nello spirito e nella dottrina della Falange Española Tradicionalista y de las J.O.N.S.; b) L’educazione fisica e sportiva; c) La formazione premilitare per l’organizzazione maschile; d) L’istruzione casalinga per la femmina; e) Collaborare alla formazione culturale, morale e sociale con le istituzioni a cui spetta impartire e sostenere l’educazione religiosa propria della Chiesa; f) Organizzare e dirigere campi, colonie, ostelli, corsi, accademie e qualsiasi altra opera di questo genere diretta alla conformità delle loro funzioni; e g) Integrare, rispetto ai suoi affiliati: il lavoro dello Stato, soprattutto in materia di salute, istruzione e lavoro. (Articolo settimo BOE, num. 342, 07 dicembre 1940).

La pubblicazione di “Maravillas” durò dal 17 agosto 1939 (Anno I, n° 1) fino al 1950 (Anno XII, n° 504), in cui iniziò la sua seconda fase come *Suplemento Escolar de la revista Mandos*. A gennaio del 1951 (n° 507) si integrò nel giornale “Arriba”, organo ufficiale della Falange Española e periodico indirizzato al pubblico adulto politicamente più influente nei primi anni del franchismo, fondato nel 1935 da José Antonio Primo de Rivera. La espressione *¡Arriba España!* assunse un significato di particolare rilevanza nel regime franchista, dato che è uno dei più noti slogan della propaganda pro-Franco, che insieme ad altri come *Por el Imperio hacia*

7. «Suplemento de “Flechas y Pelayos” que nace a petición de los lectores y obedeciendo a la necesidad de un periódico para niños más pequeños. Para una edad de siete a diez años». M. Sánchez Brito, *La prensa infantil*, en “Gaceta de la Prensa Española”, septiembre-octubre, 1959, n. 124, p. 659.

Dios, o Una, Grande y Libre furono riportati anche nella stampa fascista in Italia⁸. Ad esempio, la ripresa di questo motto nel settimanale “Flechas y Pelayos” del 10 marzo 1940, nella rubrica *Doctrina y Estilo* condotta dal suo direttore Justo Pérez de Urbel, dove si manifestavano gli orientamenti di sostegno alla comunicazione falangista:

¡Arriba España! abbiamo gridato pieni di speranza tutti gli spagnoli che abbiamo avuto la fortuna di vedere l'anno della vittoria [...]. Se ognuno di voi si sforza di innalzarsi, di essere migliore, più saggio, più virtuoso, potrà gridare in tutta sincerità: ¡Arriba España!

In “Maravillas”, come accaduto con la testata principale, emergono alcune delle caratteristiche comuni tra la strategia di propaganda di Franco e gli altri regimi fascisti: c'è la costruzione di un discorso fondato sulla paura e il ricordo costante della Guerra civile con allusioni ricorrenti al nemico, considerato dalla propaganda ufficiale come il responsabile di ogni male della Spagna. Allo stesso modo, queste riviste contenevano una forte componente pedagogica, fissando determinati schemi di condotta nei lettori ed un archetipo di comportamenti esemplari.

In tale contesto è emersa la prima rivista femminile editata dalla *Sección Femenina de FET y de las JONS para las Juventudes*: “Bazar”. Si iniziò a pubblicare nel gennaio 1947, e si può ipotizzare la sua fine nel gennaio 1970, ma non ci sono dati certi nelle fonti consultate. Per la qualità artistica della sua grafica è stata considerata una delle più prestigiose riviste spagnole del dopoguerra. In “Bazar”, l'illustrazione rappresentava un elemento fondamentale, valorizzato grazie ai contributi di illustratori di notevole spessore, come il pittore Ricardo Summers y Isern, noto con lo pseudonimo Senry insieme a nomi di prestigio internazionale quali Valentí Castanys o Alfredo Ibarra. La distinzione tra periodici femminili e maschili segnò la politica editoriale del dopoguerra, la cui mentalità favorì l'inquadramento in ruoli sociali propri di una società tradizionale. Il carattere ricreativo era un altro degli aspetti più significativi di questa

8. «En las producciones [de *Il Balilla*] que recrean el conflicto español, resulta frecuente la alusión a los símbolos, los lemas y los rituales franquistas [...]. Es el caso de “¡Arriba España!” ...”, publicado en el nº 39, 25 de septiembre de 1938, p. 11: “Mi avete visto poco fa, nella casa dove vi hanno interrogato... Era la nostra casa quella..., ma ora... Papá e mamma sono stati fucilati... Mio fratello... Sono solo, venite... Conosco questi luoghi... Vi conduro in salvo... *Arriba España!*»». (L. Ballesteros Aguayo, *La guerra civil española contada por el fascismo italiano: el caso del periódico infantil de Mussolini, Il Balilla*, in “Ámbitos, revista internacional de comunicación”, settembre 2016, n. 34. Recuperato da <http://ambitoscomunicacion.com/2016/la-guerra-civil-espanola-contada-por-el-fascismo-italiano-el-caso-del-periodico-infantil-de-mussolini-il-balilla>, pp. 6 y 14.

stampa, tanto che contribuirono a rafforzare il livello artistico della stampa infantile e giovanile in Spagna. Gli elementi più innovativi furono l'uso dello humour e della fantasia (v. Figura 3).

Insieme col livello estetico di questi contributi giornalistici si evidenziò pure la partecipazione di scrittori rilevanti che già a quel tempo erano considerati i riferimenti della letteratura per i bambini e la gioventù. È il caso di Gloria Fuertes — di cui si celebra quest'anno il centenario della nascita — o di Emilia Cotarelo che pubblicarono molte delle loro prime storie — che poi servivano come indici di qualità letteraria — nelle pagine di “Maravillas” o di “Bazar”. Basti come esempio il seguente frammento di una delle avventure più famose di Gloria Fuertes, *Historia de Coleta*:

Coletita non riesce a catturare il sogno, perché quando lo raggiunge, i gatti del quartiere sono spaventati coi loro miau! miau! [...] coi gatti non si può finir bene, si è visto [...]. Coleta è esausta e insonne⁹.

L'ultima iniziativa falangista per il controllo della stampa fu “Clarín. Suplemento de Juventud para la Legión de Flechas”, diffusa come pubblicazione maschile dalle Ediciones Maravillas, si pubblicò a partire da gennaio 1949, poi dal 15 febbraio 1951 (n° 46) iniziò la sua seconda serie come supplemento per bambini. Venne concepito come un tentativo del partito unico per continuare a egemonizzare la stampa giovanile, dopo la perdita di influenza delle tendenze più fascistizzanti, in conseguenza del cambiamento di strategia di comunicazione del regime, una volta sconfitta l'Asse nella Seconda guerra mondiale. La sua pubblicazione terminò presumibilmente nel gennaio del 1960:

Nel *Frente de Juventudes* ci sono sei grandi Consigli Nazionali, con la stessa missione di fornire al Comando dati precisi e rapporti affinché possano prendere le proprie decisioni [...]. Secondo la legge del 6 dicembre 1940, attualmente i Consigli operano nel *Frente de Juventudes* [...]. Nella vostra vita di freccia, presumibilmente in pieno contatto con l'Organizzazione, vi avrete partecipato una qualche volta, e non rispondete in senso negativo, perché questo sarebbe vergognoso per una buona freccia¹⁰.

Come si può osservare in questo brano, “Clarín” rappresentava un ritorno a posizioni anacronistiche di carattere bellicista e propagandistico. L'appartenenza al *Frente de Juventudes* ha imposto in questo supplemento un determinato orientamento, che malgrado sorgesse per la

9. “Maravillas”, n. 186, 1 abril 1943, Biblioteca de Flechas y Pelayos.

10. “Clarín”, n. 28, 1 junio 1950, Ediciones Maravillas.



Figura 3. Una delle avventure più popolari era *¡Atención, atención!! Aquí Catapán Chinchón*. "Flechas y Pelayos" del 29 settembre 1940, n° 55, p. 8.

necessità di offrire un prodotto moderno e innovativo che contribuisse alla rivitalizzazione della stampa falangista e al rendimento di questi periodici, conservò invece la tendenza pedagogica e ideologica di “Flechas y Pelayos”. Comunque svolse un ruolo significativo nella politica editoriale falangista durante la Guerra fredda.

3. Por el Imperio hacia Dios: *l'eroe cattolico e guerriero della Spagna di Franco*

La strategia di comunicazione del nuovo Stato franchista venne imposta su una rigida politica di censura. Il 22 aprile 1938 — in piena Guerra civile — il primo governo della dittatura approvò una propria legge sulla stampa, denominata anche *Ley de Serrano Súñer*, l'allora ministro degli Interni e leader dell'ala più fascistizzante della Falange. Le evidenti misure coercitive imposte da tale legge — nata a metà dalla Guerra civile — hanno impedito lo sviluppo di progetti editoriali alternativi e hanno prodotto l'omogeneizzazione dei contenuti e un estremo conformismo della stampa di questo periodo.

In questo contesto di repressione e forte controllo statale esteso ai vari aspetti della vita quotidiana del popolo spagnolo, l'educazione della gioventù si intese, in quel periodo, come una questione di Stato. L'interesse dei poteri pubblici per assicurare una continuità al regime ritenne dunque necessario dare una precisa impostazione a una vera e propria stampa dedicata ai giovani¹¹. Quindi si destinarono rilevanti risorse economiche e umane per sostenerla, mentre se ne affidò la gestione editoriale agli organismi del partito unico¹². Il ridotto senso critico della popolazione più giovane, così come l'inclinazione dei più piccoli verso una

11. «El Franquismo poseyó en determinados momentos potencialidades — y la voluntad — para avanzar hacia un modelo de totalitarismo extremo. Y el control de toda expresión pública de pensamiento no es precisamente un aspecto secundario». B. Bermejo Sánchez, *La Vicesecretaría de Educación Popular (1941-1945). Un Ministerio de la propaganda en mano de la Falange*, en “Espacio, tiempo y forma”, 1991, n. 4, IV, p. 84.

12. «Dentro de esa vía de consciente fascistización, Franco fue capaz de acometer una de las tareas más cruciales a la hora de definir su régimen político: la unificación forzosa en un partido único de todas las fuerzas políticas que apoyaban la guerra contra el reformismo de la República y el espectro de la revolución social desatado en la retaguardia republicana: la nueva derecha radical fascista representada por Falange Española, la vieja derecha reaccionaria encarnada en el tradicionalismo carlista, y la hasta entonces mayoritaria derecha conservadora articulada por el catolicismo político y por el monarquismo autoritario», E. Moradiellos, *La España de Franco (1939-1975). Política y sociedad*, Madrid, Síntesis, 2000, p. 15.

cultura visiva, sono solo alcuni dei fattori che portarono a incrementare lo sviluppo della stampa specializzata per bambini e ragazzi. E va rilevata l'opera di coazione esercitata dagli organi incaricati della censura e in concreto la *Vicesecretaría de Educación Popular* nello stabilire i modelli che la stampa ufficiale del dopoguerra era tenuta a seguire. Il sottofondo ludico inerente a questo tipo di riviste si combinava con un sottile ma onnipresente discorso politico, mentre non venivano celati simbologie franchiste, motti falangisti, slogan cattolici. Lo si può notare nel racconto *Il buon conte*, su "Clarín" del 15 febbraio 1951:

Al crepuscolo, l'eremo di Pelayo venne avvolto in un confuso bailamme di grida, canti e preghiere. Vennero le armate vittoriose, desiderose di conoscere il santo eremita e di lodare Dio in quel luogo. Vennero col bottino catturato nel campo dei Mori [...]. Era necessario riunire tutte le forze cristiane contro di loro.

Per influenzare l'immaginario del bambino si puntava su questi periodici, diffusi sia con abbonamenti mensili che con la vendita nei chioschi, nella piena consapevolezza che i contenuti di questa stampa si riversavano nei processi di formazione delle personalità, nella condotta sociale, nelle relazioni umane e nei ruoli civili delle giovani generazioni. Tanto più che i giovani, nei primi approcci all'esperienza della lettura e poco smaliziati verso le strumentalizzazioni della loro ingenuità, costituivano un pubblico particolarmente vulnerabile a un discorso ideologico sempre adattabile ai cambiamenti imprevisi del contesto politico ed erano in tale logica un fattore essenziale per garantire continuità al sistema. Così lo spiegava Pérez de Urbel, direttore delle principali riviste del dopoguerra come "Flechas y Pelayos" e "Maravillas":

Lo spirito del Movimiento, salvatore di una Spagna che ha meditato su se stessa davanti a un milione di cadaveri, e si è data il fermo proposito di rinnovarsi, è una formula che chiunque cerchi di formare le nuove generazioni non deve mai perdere di vista, sia che lo faccia con la penna, con la parola, a volte con la scuola, talvolta col giornale¹³.

La manipolazione dei contenuti di tale stampa ebbe in questo giornalismo, come nelle scuole, un marcato carattere di propaganda dei valori del nuovo regime, compreso un costante affiancamento degli orientamenti fascisti e della dottrina cattolica. Una delle risorse più rilevanti del discorso ufficiale fu la ripresa del passato imperiale spagnolo e la riven-

13. J. Pérez de Urbel, *Las revistas infantiles y su poder educador*, in "Revista Nacional de Educación", gennaio 1941, n. 1, p. 56.

dicazione dello spirito cattolico e patriottico. Ciò spiega il proliferare di eroi nella narrativa per l'infanzia, identificati con valori come coraggio, eroismo o esemplarità. I più ricorrenti erano figure storiche: i Re Cattolici o il Cid Campeador e modelli di comportamento esemplare come *el flecha* o *el pelayo*. Si noti il seguente brano di "Flechas y Pelayos" del 2 giugno 1940:

Io sono più nobile di te, disse una volta una spada che un giorno si trovava vicino ad un aratro nella casa di un contadino. Sono più utile di te, rispose con aria sdegnosa l'aratro. Io dono gloria, grandezza e dominio. Io dono vita, salute e Speranza. Mi mettono nei musei, perché sono lo strumento di grandi imprese; il visitatore curioso può ancora ammirare la spada del Cid, quella del Gran Capitán e quella di Carlo V.

Questo carattere dogmatico e propagandistico della stampa era orientato attraverso la canalizzazione nella rete di periodici del *Movimiento Nacional*, dotata di rilevanti agevolazioni rispetto alle altre pubblicazioni: innanzitutto con la garanzia di diffusione su tutto il territorio spagnolo grazie alla distribuzione tramite le delegazioni del partito unico, con la vitale assegnazione di quote di carta e con l'esenzione dalla censura a partire dal maggio 1941. Si tenga conto che la carta era un bene scarso nella crisi seguita alla Guerra civile, mentre in tutto il paese le disastrose condizioni dei trasporti e delle vie di comunicazione ostacolavano la vendita e la diffusione di qualsiasi prodotto¹⁴.

4. *L'influenza dei fumetti e dei giornalini ricreativi statunitensi*

Nonostante la strumentalizzazione che marcava il carattere ideologico di questi mass media franchisti per la gioventù, va rimarcata — come segnalato nelle pagine precedenti — la partecipazione alla loro redazione di intellettuali all'epoca di rilievo, essendo questi giornalini uno dei po-

14. «Esas publicaciones [le revistas *panfletarias* con redazioni sdoppiate e tra loro nemiche, che proliferarono da ambo i fronti della Guerra civile, con la medesima testata ma contenuti antitetici] dejarían de tener sentido en la posguerra y su presencia en el mercado fue menguando en favor de las cabeceras clásicas que reaparecerían poco a poco, a pesar de los varios intentos por parte de la prensa proselitista de adaptarse a los nuevos tiempos y de la ventaja significativa con la que partían en la salida: gozaban de remesas exclusivas de papel, una materia prima escasa y por lo tanto controlada [...], y de permisos de publicación prolongados y estables». O. Gual Boronat, *Viñetas de posguerra. Los cómics como fuente para el estudio de la historia*, València, Publicacions de la Universitat de València, 2013, pp. 59-60.

chi sbocchi per l'espressione artistica. Importanti collaborazioni giornalistiche ne permisero l'ottimizzazione delle risorse, un'elevazione dello standard artistico nell'elaborazione delle tavole e nell'impaginazione, un solido apporto letterario per le storie da raccontare, soprattutto nelle edizioni che si pubblicarono alla fine degli anni Quaranta e agli inizi degli anni Cinquanta, quando il paese tentò di avviare una ricostituzione dell'economia e degli stili di vita. Per numerosi artisti l'attività pubblicistica si profilò come un importante mezzo d'espressione e come un meccanismo di promozione professionale verso un vasto pubblico, come testimoniava la scrittrice Montserrat del Amo, una delle collaboratrici più popolari della rivista femminile "Volad", afferente all'*Acción Católica*:

Pluma al Viento era uno spazio letterario dove le competenze poetiche e le abilità di lettura vennero incoraggiate. Ebbe molto successo; infatti, alcune buone scrittrici quali Pilar Mateos, Isabel e Pilar Molina — ora molto famose — erano corrispondenti di questa sezione e lì videro pubblicare le loro prime storie¹⁵.

Tali possibilità di esprimere le varie creatività trovarono maggior spazio quando — decisamente mutato il panorama internazionale alla conclusione del conflitto mondiale nel 1945 — il regime di Franco portò la Falange a rinunciare a precedenti velleità totalitarie, per poi trasformarsi e mostrare — al principio degli anni Cinquanta — modeste aperture culturali. In quella fase, la stampa giovanile si distaccò dalle esplicite tendenze fasciste che ne avevano dominato gli esordi. In particolare, i cambiamenti si estrinsecarono in generi giornalistici che riprogettavano e riformulavano le riviste; si estese ad esempio l'uso dell'elemento pittorico nella struttura di queste pubblicazioni. Queste trasformazioni, che toccarono pure i periodici giovanili cattolici di recente introduzione, si applicarono a sperimentazioni nell'impostazione delle rubriche, come possono essere gli spazi di comunicazione interattiva col pubblico dove si promuoveva la partecipazione dei lettori e si pubblicavano i loro parti letterari, come fece "Flechas y Pelayos" con la sezione *Colaboración de nuestros lectores*; ma soprattutto con la proliferazione di sezioni destinate al tempo libero, dove prevalevano l'uso del fumetto e dell'immagine. Sono sintomi evidenti delle nuove strategie propagandistiche orientate a cambiare l'immagine del franchismo all'estero, adottate per ovviare alla situazione di isolamento del Paese seguita alla sconfitta bellica di

15. L. Ballesteros Aguayo, *Las revistas infantiles y juveniles de FET y de las JONS y de Acción Católica durante la posguerra española: la prensa al servicio del adoctrinamiento del Estado franquista (1938-1953)*, tesi di dottorato, dicembre 2016 (consultabile in: <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/13289>).

Hitler e Mussolini. In questo contesto di riorientamento ideologico, la comunicazione giornalistica fu fondamentale per costruire un nuovo stile comunicativo che riducesse al minimo la memoria e i residui culturali della vicinanza alle potenze dell'Asse durante la Guerra civile spagnola.

Al principio degli anni '50, l'avvio di provvedimenti pseudoliberali da parte dei governi tecnocrati promosse una maggiore apertura grazie all'ingresso al potere di molti membri della *Asociación Católica Nacional de Propagandistas* (ACNP). Questi cambiamenti senza dubbio influenzarono lo stile della propaganda, che si distaccò progressivamente da una cultura autarchica e dalle rappresentazioni fascistizzanti della realtà, per instaurare modalità discorsive che accentuassero la cattolicità dello Stato.

Inoltre, la posizione strategica della Spagna durante la Guerra fredda favorì timidi atteggiamenti più liberali nel governo della nazione. Provvedimenti come la firma del Concordato con il Vaticano del 27 agosto 1953 e gli accordi del 26 settembre dello stesso anno, per un afflusso crescente di capitali statunitensi a sostegno di una stabilizzazione economica di un limitato sviluppo industriale, indirizzarono all'istituzione di un nuovo modello di governo, la cosiddetta *democrazia organica*, coi governi dei tecnocrati cattolici. Ad affermare queste tendenze contribuì pure la nascita di nuove esperienze editoriali specializzate nel rivolgersi al pubblico giovanile, che proponevano progetti innovativi basati sull'umorismo, accentuando la crescita della concorrenza e una configurazione imprenditoriale più eterogenea. A queste tendenze del mercato, con una vistosa svolta, si adattarono pure l'impostazione grafica e culturale delle pubblicazioni della FET y de las JONS e dell'Azione Cattolica.

5. Conclusioni

Si possono tracciare con nettezza le tendenze della stampa per l'infanzia del dopoguerra, modellata nelle pubblicazioni del partito unico di ispirazione fascista. Innanzi tutto, con tali mezzi la struttura della Falange si inseriva nella vita sociale, culturale ed educativa degli spagnoli. A tal scopo vennero create organizzazioni di inquadramento civile, come la *Sección Femenina* (SF) o la *Organización Juvenil Española* (OJE), in cui venne valorizzato il contributo formativo e dogmatico della Chiesa cattolica. Uno degli aspetti che meglio esemplificano questa presenza ideologico-religiosa sull'informazione fu la nomina di personalità ecclesiastiche e falangiste a ruoli di grande responsabilità all'interno di queste riviste, come ad esempio, il benedettino Justo Pérez de Urbel a capo di "Flechas y Pelayos", "Maravillas" e "Clarín".

Un'altra caratteristica di questa stampa è la creazione di prototipi comportamentali definiti da una visione escatologica della vita e che rientrano all'interno di un discorso normalmente sentimentale e prescrittivo.

I più comuni sono: eroi/antieroi (identificando il comportamento eroico con l'ideale fascista, rappresentato da leader come il Caudillo o il Duce); buono/cattivo (associando il male e il peccato alla figura del nemico e all'essere inferiore, in contrasto con i personaggi buoni, identificati con il coraggioso, il benevolo, il caritatevole, ecc., mentre i cattivi storicamente venivano associati ai musulmani e al governo della Seconda Repubblica); soldato/nemico (essendo nemico il comunista, il russo e l'ebreo, che si oppongono al bambino monaco-soldato che è un buon patriota, e che riunisce in sé una serie di qualità fisiche come la forza e la vitalità — i modelli falangisti che appaiono sono Primo de Rivera, Pelayo o Flecha —); credente/ateo (il primo si identifica con personaggi storici come i Re Cattolici, il Cid, Cristoforo Colombo o re Sancho; ateo era invece tutto ciò che fosse relazionato con i repubblicani e i traditori della patria); morale/immorale (questa dicotomia fissava i comportamenti accettabili o censurabili, secondo lo schema di condotta franchista e religioso, in modo che la moralità si identificava con la bontà, la carità, ecc., mentre era immorale ogni azione che si collocasse al di fuori di questo schema e tutte le azioni intraprese dai nemici della Spagna); ordine/caos (concetti come la sicurezza, l'ordine e la felicità sono stati associati alla Spagna, in opposizione alle minacce e ai pericoli provenienti dall'esterno); positivo/negativo (identificando tutto ciò che è spagnolo con valori produttivi, in contrasto con lo straniero che veniva qualificato come pregiudizievole e dannoso).

Tutto ciò veniva contestualizzato in una realtà simbolica che ricreava una società e dei valori tradizionali, con una marcata distinzione tra i sessi e un ruolo diverso svolto dalle donne e dagli uomini, insieme a una forte militarizzazione e all'uso di simboli patriottici di carattere storico come il giogo e le frecce o l'aquila imperiale, e la natura ideologica di colori come l'azzurro e il basco rosso, identificativi della Falange.

La terza caratteristica individuabile nei testi è il continuo riferimento alle date commemorative e alla Guerra civile, che perdura come una strategia discorsiva durante tutto il dopoguerra, riproponendo ogni anno le celebrazioni patriottiche con grande spettacolarità e con una massiccia evidenziazione all'interno della stampa, che acquista dunque un carattere profondamente propagandistico. Non a caso, il ricordo del conflitto civile ha giustificato l'esistenza del potere autoritario e la necessità di proteggere la Spagna contro il nemico, e le celebrazioni patriottiche erano così l'occasione per identificare il passato imperiale della Spagna con il governo del Caudillo.

Infine, i risultati dell'analisi dei contenuti dimostrano la preferenza per il genere narrativo di carattere storico. Tuttavia, gli strumenti espressivi evolvono parallelamente alla trasformazione del regime, così che alla fine del dopoguerra la forma di comunicazione dominante divenne il fumetto.

Tutto ciò ci permette di dimostrare l'esistenza di un particolare schema di rappresentazione giornalistica nei regimi autoritari all'epoca della Seconda guerra mondiale – fermo restando le eccezioni relative alle differenze contestuali che presenta ogni singolo caso e alle idiosincrasie specifiche di ciascun paese – caratterizzabile attraverso i seguenti elementi comuni: la costruzione di un discorso fondato sulla paura, la minaccia del nemico, le idee di patria e impero, l'esaltazione del leader al quale si attribuiva una natura quasi divina, la diffusione del prototipo del bambino abbigliato con la divisa della Falange e patriota esemplare, la proliferazione degli eroi, l'integrazione della comunicazione giornalistica attraverso le strutture del partito unico o la celebrazione degli atti patriottici.

Questo schema di comunicazione propagandistica venne espresso in modo evidente nella stampa infantile e giovanile, poiché, da un lato la formazione delle future generazioni rappresentava una priorità per qualsiasi sistema autoritario e, dall'altro, l'educazione dei bambini ai principi di un nazionalismo dispotico contribuiva allo *status quo*, evitando qualsiasi opposizione e dando continuità al sistema.