

LA ESTETIZACIÓN DE LA GUERRA EN LA REVISTA FALANGISTA *VÉRTICE*

THE AESTHETICISATION OF THE WAR IN THE FALANGIST MAGAZINE *VÉRTICE*

Julia Martínez Cano¹

Recibido: 24/05/2023 · Aceptado: 22/06/2023

DOI: <https://doi.org/10.5944/etfvii.11.2023.37601>

Resumen²

Durante los primeros años de su publicación, la revista falangista *Vértice* contó con un importante aparato gráfico destinado a captar la atención de las clases acomodadas que la adquirirían. Este estudio analiza la estetización de la guerra en la revista a partir de tres ideas fundamentales: la concepción de *Vértice* como arma propagandística; el carácter mítico que adquirió en ella el conflicto; y los recursos plásticos del dibujante Tono y el fotógrafo José Compte en la sección «De la guerra en España». Así, la investigación concluye con la definición de un imaginario marcial basado en la abstracción del soldado como sujeto artístico y la concepción de la revista como elemento aglutinador de la aristocracia en torno al falangismo en el contexto de la guerra civil española.

Palabras clave

Guerra civil española; revista *Vértice*; estetización de la guerra; Falange Española

Abstract

During the first years of its publication, the Falangist magazine *Vértice* had an important graphic apparatus aimed at capturing the attention of the wealthy classes that purchased it. This study analyzes the aestheticisation of the war in the magazine based on three fundamental ideas: the conception of *Vértice* as a propaganda weapon; the mythical character that the conflict acquired in it; and the

1. Instituto de História Contemporânea, FCSH, Universidade Nova de Lisboa; Universidad de Castilla-La Mancha. C. e.: Julia.MartinezCano@uclm.es; ORCID: <https://orcid.org/3278-9897-0002-0000>.

2. Este trabajo se ha realizado gracias a una ayuda Margarita Salas para la formación de jóvenes doctores, financiada por la Unión Europea-NextGenerationEU, el Ministerio de Universidades y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, mediante la convocatoria complementaria de Ayudas para la recualificación del sistema universitario español de la Universidad de Castilla-La Mancha. La investigación forma parte del proyecto «Conocer España» durante del franquismo, 1939-1975. *Publicaciones comerciales e institucionales de carácter turístico* (SBPLY/21/180501/000286), cofinanciado por la Unión Europea-Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. Asimismo, se enmarca en las líneas del Grupo de Investigación *Cultura, Identidades e Poder* (IHC – Universidade NOVA de Lisboa).

plastic resources of the cartoonist Tono and the photographer José Compte in the section «De la guerra en España». Thus, the research concludes with the definition of a martial imaginary based on the abstraction of the soldier as an artistic subject and the conception of the magazine as an affiliative element of the aristocracy to Falangism in the context of the Spanish Civil War.

Keywords

Spanish Civil War; *Vértice* magazine; aestheticization of the war; Falange Española

.....

La creación de revistas ilustradas en el periodo de entreguerras constituye una buena representación del desarrollo de la cultura visual de los medios dirigidos a las masas. Como soporte del ámbito impreso, fueron concebidas como instrumento de acercamiento a la realidad contemporánea, en parte porque incluían reportajes fotográficos que gozaban de una percepción veraz, y al tiempo manipulable. En el contexto bélico de España (1936-1939), las revistas ejercieron de herramientas propagandísticas. Fueron proyectos a los que se sumaron agentes procedentes de manifestaciones artísticas tradicionales y de vanguardia, lo que las convirtió, según Jordana Meldenson³, en objetos de deseo. Considerando la hipótesis de que *Vértice* fue el buque insignia de Falange⁴, los objetivos principales de este estudio son: conocer cómo fue la concepción de *Vértice* como arma de combate, qué recursos empleó para estetizar la guerra y quiénes fueron los agentes.

Para desarrollar la investigación se ha llevado a cabo el análisis de los ejemplares de la revista *Vértice* en los fondos documentales del Centro de Estudios de Castilla-La Mancha (Universidad de Castilla-La Mancha) y de la Biblioteca del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, bajo una metodología cualitativa de tipo inductivo, enmarcada en los parámetros de los estudios culturales y los nuevos materialismos. Asimismo, se han consultado fuentes primarias en el Centro Documental de la Memoria Histórica y en los acervos personales de falangistas depositados en instituciones públicas (fondo antiguo de la Biblioteca Municipal de Cuenca y fondo Entrambasaguas de la Biblioteca General de Ciudad Real).

«SIN FUSILES DE IMPRENTA» O LA ÉPICA DE LA PROPAGANDA BÉLICA DE VÉRTICE

Un año antes de que se declarara la Guerra Civil, el escritor Ernesto Giménez Caballero, considerado artífice de los primeros textos de corte fascista en España, defendía: «Esa concepción botánica, pacifista y bucólica, agrícola, del Arte como *cultura* y *cultivo*, la vamos desechando quienes vemos en el Arte un *supremo arte de combate*»⁵. Esta alusión bélica formaba parte de los artículos que el autor había publicado en 1935 en la revista *Acción Española*, que aglutinaba a intelectuales y políticos del tradicionalismo católico. Ese mismo año fueron editados como monografía bajo el título *Arte y Estado*, con una fuerte defensa de la politización del arte, lo que le valió al escritor no solo su consideración como teórico artístico de Falange Española, sino la integración en el organismo sublevado de propaganda en Burgos cuando estalló la contienda. Se mantuvo así muy próximo al general Franco y a la gestación de los instrumentos que darían sostén a la naciente dictadura, pues apoyó firmemente el decreto de unificación para la creación del partido único (FET de las

3. Meldenson, Jordana: *Revistas y guerra. 1936-1939*. Madrid, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2007, p. 161.

4. Llorente Hernández, Ángel: *Arte e ideología en el franquismo (1951-1936)*. Madrid, Visor, 1995.

5. Giménez Caballero, Ernesto: *Arte y Estado (introducción, edición y notas de Enrique Selva)*. Madrid, Biblioteca Nueva, 2009 (1ª ed. 1935), p. 164.

JONS). De este modo, su producción escrita contó con abundantes aportaciones dedicadas a construir una épica en torno a la conformación de los organismos falangistas y franquistas, que no estuvieron exentas de tintes marciales. En ellas, Giménez Caballero sacralizaba la guerra y el ejército, entendiéndolos como agentes de la «motorización de la historia», una noción vitalista y orgánica que daría sustento al proyecto de conformación del Estado del caudillo⁶.

Entre las obras del escritor, cabe destacar *Los secretos de la Falange*, un panegírico publicado en 1939 sobre el papel de Falange durante el conflicto. A ello sumaba un capítulo denominado «Poesía y Arte y Falange», donde recogía las iniciativas artísticas de la *España de Franco* como elementos de una maquinaria bélica que habían sido indispensables para sumar a integrantes de la intelectualidad española a las filas azules. Sobre la revista *Jerarquía* sentenciaba:

ha logrado alcanzar una «línea» que ha rebasado arrolladoramente al enemigo (...), ha embolsado todas las rojas resistencias de revistas como las de «Occidente», «Cruz y Raya», yendo hacia un objetivo tradicional y novísimo, religioso y heroico, ajustado a la consigna de dar «catolicidad a la Falange»⁷.

Siguiendo la semántica bélica, reconocía a *Vértice* como:

otro avance, cada vez más firme, rápido, seguro. En plena guerra, sin material tipográfico, sin fusiles de imprenta, esa revista ha significado una improvisación de la nada, un milagro de esplendidez y dotación⁸.

Giménez Caballero aunaba así el elogio a la máquina y la guerra, convirtiendo a la revista en un elemento armamentístico «firme, rápido, seguro», fruto de un milagro al no contar con «fusiles» de imprenta, término que, no en vano, empleó erróneamente (el correcto es «fusibles») para reforzar el tropo marcial. Sin embargo, puede afirmarse que, aunque es cierto que la impresión de *Vértice* gozara de «esplendidez», en absoluto fue fruto de una improvisación.

En 1935, Vicente Cadenas, que formaba parte de la Jefatura Nacional de Prensa y Propaganda de Falange Española, fue enviado a Alemania por José Antonio Primo de Rivera con el fin de estudiar la labor de su Ministerio de Propaganda. A su vuelta, cuando el partido quedó ilegalizado en 1936, se encargó de producir títulos clandestinos, lo que le valió el favor de Manuel Hedilla que, una vez ocupó el cargo de jefe nacional, lo nombró responsable de Prensa y Propaganda. Aunque el resto de las milicias habían ubicado las sedes de sus organismos de propaganda en Burgos,

6. El escritor y teórico defendía el papel que Francisco Franco cumplía en la motorización de la historia» debido a lo que denominó como «medievalismo psicológico», un rasgo que aposentó sobre el caudillo bajo la justificación de su origen gallego («lo galaico-portugués como cuna arcaica de Castilla»), su faz («un rostro bizantino»), etc. Giménez Caballero, Ernesto: «Verdadera imagen de Franco», *Vértice*, 4 (julio 1937), p. 51. Rafael Tranche y Vicente Sánchez consideran que ese carácter medievalizante fraguado en los primeros momentos de la guerra fue, precisamente, el factor que caracterizó el modelo del caudillismo español: «la reencarnación de los valores heroicos del pasado regenerados por la victoria militar reciente sobre la máscara comunista que había adoptado el enemigo sempiterno». Rodríguez Tranche, Rafael y Sánchez-Biosca, Vicente: *El pasado es el destino. Propaganda y cine del bando nacional en la Guerra Civil*. Madrid, Cátedra, 2011, p. 302.

7. Giménez Caballero, Ernesto: *Los secretos de la Falange*. Madrid, Yunque, 1939, p. 117.

8. *Ibidem*.

Cadenas decidió hacerlo en San Sebastián. Por un lado, esta ciudad contaba con una importante industria de producción papelera; también allí existían abundantes talleres de *offset* y huecograbado y, además, su proximidad con Francia permitía la adquisición de materiales de impresión y fotográficos. Por otro lado, se trataba de un lugar privilegiado al ser el destino turístico de la clase aristocrática y la alta burguesía española. Según José Ángel Ascunce⁹, San Sebastián destacaba sobre otras ciudades por su infraestructura de medios culturales, por lo que cabe comprender que, iniciada la guerra, urgiera la toma de la ciudad por parte del bando sublevado para incautarse de todos estos recursos. Con todo, la intelectualidad falangista y afín se había instalado allí, no solo huyendo del conflicto, sino con la intención de continuar su producción cultural gracias a la existencia de medios materiales y «la tranquilidad que exige toda actividad intelectual»¹⁰.

Fue, precisamente, esa búsqueda de placidez de las altas clases la que definió la naturaleza de *Vértice*, el órgano ideado por Falange Española para atraer a la aristocracia. Desde su puesto, Vicente Cadenas había desarrollado un plan de prensa que contemplaba la producción de diarios de mañana y noche, un boletín oficial del partido, semanarios humorísticos, deportivos e infantiles, revistas doctrinal, literaria, agraria y femenina y, finalmente, cabeceras gráficas, con el fin de alcanzar con cada título a diferentes grupos de la población. Cuando Cadenas presentó el informe a Manuel Hedilla a finales del 1936, ya se mencionaba la existencia de la revista *Fotos*, «cuya importancia es enorme (...), podrá ejercer una gran influencia desde el punto de vista de nuestra doctrina»¹¹ ya que iba destinada a un público general, y se puso rápidamente en marcha. En cambio, para *Vértice* proyectaba:

Revista gráfica mensual «Vértice»

Cuyo contenido (guerra, plástica, cine, literatura, humor, decoración, modas) es ya conocido por la publicidad hecha de esta revista, que será de tipo análogo, aunque más ambiciosa, que la «Ilustración» francesa, en cuanto a tamaño, y se venderá a precio de tres pesetas.

En efecto, la salida de esta cabecera había sido anunciada con anterioridad, como era costumbre, empleando carteles. En ellos, aparecía la reproducción de la cubierta del primer número, preparado previamente a su salida, con el fin de que el potencial lector identificara la revista, así como el título repetido en secuencia con una gran tipografía roja. Como elemento de captación, incluía un reclamo textual que la presentaba como «La gran revista nacional», de modo que, tanto por su diseño, como por su autodenominación, diera lugar a la expectativa de un objeto exclusivo (FIGURA 1).

9. Ascunce Arrieta, José Ángel: *San Sebastián, capital cultural (1936-1940)*. San Sebastián, Monográficas Michelana, 1999, pp. 16-17.

10. *Idem*, p. 17.

11. Cadenas Vincent, Vicente: *Actas del último Consejo Nacional de Falange Española de las JONS (Salamanca 18-19, IV, 1937) y algunas noticias referentes a la Jefatura Nacional de Prensa y Propaganda*. Madrid, Gráficas Ugina, 1975, p. 30.



FIGURA 1. JEFATURA NACIONAL DE PRENSA Y PROPAGANDA DE FET DE LAS JONS, *VÉRTICE*, LA GRAN REVISTA NACIONAL, EDITADA POR FALANGE ESPAÑOLA, 1937. Ministerio de Cultura y Deporte, Centro Documental de la Memoria Histórica, PS-Carteles, 1982

Ciertamente, lo era. El primer número, que vio la luz en abril de 1937, se vendió, como indicaba el plan, por tres pesetas, lo que suponía un tercio del sueldo diario regulado¹². Pronto su precio ascendió a cuatro pesetas por una medida de tipo autárquico, pues la dirección lo justificó como una mejora del papel que pasaba a proceder entonces de la Papelera Española con sede en Bilbao. Así se mantuvo hasta 1940, cuando alcanzó las ocho pesetas hasta el fin de su vida editorial en 1946. Indudablemente estos costes solo podían permitírseles aquellos lectores a los que iba destinada también la publicidad que ocupó las primeras y últimas páginas de cada volumen, cientos de anuncios de productos de lujo, salas de fiesta, restaurantes, hoteles y bancos.

A diferencia de otras revistas para público general, y excluyendo el primer número, *Vértice* no incorporaba el precio en la portada, ya que no era un reclamo, y lo que es más importante, la revista se recibía por suscripción. De este modo, el lector pagaba previamente los números de cada año, lo que permitía a Falange Española embolsarse mayores cantidades de capital y un compromiso simbólico con el comprador. Adherirse de este modo al Movimiento, era la particular forma de combatir que el partido tenía reservado a las altas clases a quienes la revista dedicaba sus «trascendentales misiones de cultura»¹³.

En cuanto a la temática, la propuesta de Cadenas recogía las secciones frecuentes en las revistas nacionales e internacionales aparecidas en los años de la modernidad: arte, cine, literatura, moda, decoración y humor¹⁴; toda una serie de distracciones a las que se sumaba, paradójicamente, la guerra. Y es que a este público despreocupado se iba a dirigir el apartado «De la guerra en España», páginas donde se reunían diferentes mecanismos visuales que pretendían convertir el imaginario marcial en un emblema del estilo falangista, entendido como un modo de ser.

«DE LA GUERRA EN ESPAÑA»

La sección estuvo presente desde la salida del primer número de *Vértice* en abril de 1937 hasta el final de la contienda, ocupando las primeras páginas tras la publicidad, el sumario y el retrato oficial de Franco. Aunque cabe esperar que se

12. Por entonces, en las zonas donde triunfó el golpe de Estado, se incentivó la creación de empresas, las cuales, junto a los bancos, pasaron a apoyar y sostener al grupo rebelde. A pesar del crecimiento y aumento de beneficios de estas entidades, los salarios reales se redujeron en un 25%, quedando el máximo de los salarios reglamentados del sector industrial, es decir, el que podía percibir un oficial, a diez pesetas diarias. Vilar Rodríguez, Margarita: «La ruptura posbélica a través del comportamiento de los salarios industriales: nueva evidencia cuantitativa (1908-1963)», *Revista de historia industrial*, 25 (2004), p. 101.

13. «A nuestros lectores», *Vértice*, 1 (abril 1937), p. 21.

14. Además, la revista *Vértice* forma parte también del total de publicaciones consideradas *de entreguerras* (al menos los ejemplares desde 1937 a 1939), ya que comparte temática, formato, modos de producción e intención. En ese sentido, *Vértice* está vinculada a otras grandes cabeceras gráficas homólogas como la fascista *Rivista Illustrata del Popolo d'Italia*, puesta en marcha por Arnaldo Mussolini, hermano del dictador, en 1923; también a otros títulos más paradójicos por su tinte político, como la monumental y estalinista *SSSR na stroika*, iniciada en 1930. Un análisis más exhaustivo sobre este marco editorial y propagandístico al que se suman las publicaciones españolas del lapso bélico ha sido publicado previamente por la autora: Martínez Cano, Julia: «La modernidad en las revistas de entreguerras: fotografía y propaganda», en Díaz del Campo, Ramón V.; Pérez Garzón, Juan Sisinio (coords.): *La aventura de la modernidad. Los años veinte en España*. Madrid, Catarata, 2022, p. 264-281.

tratase de un parte informativo, lo cierto es que escasas veces se encontraban noticias de actualidad, más si se tiene en cuenta que se trataba de una publicación mensual. Sin apenas texto, las imágenes redundaban en la idea de la rápida toma de la zona norte, la «doble liberación» de Oviedo y la singularización de los soldados, lo que fomentaba una visión triunfal y ciertamente despreocupada de la contienda¹⁵.

En cuanto a su denominación, el propio sintagma del título predisponía al lector a mirar hacia el conflicto desde una posición alejada, como si aquello no aconteciese en el país. Eventualmente apareció como «La guerra en España» y, desde noviembre de 1938, se rebautizó como «La guerra». Esta concreción aislaba el acontecimiento y lo convertía en un jalón de la línea temporal del mito, quedando atrás, ya que desde finales del año 1938 el bando sublevado consideraba tácticamente ganada la batalla. Tras este giro, los siguientes ejemplares de 1939 no incorporaron la sección, sino que sustituyeron estas páginas por fotorreportajes de los actos triunfales en diversas ciudades.

Durante el primer año de vida de la revista, la dirección literaria y artística estuvo a cargo del ilustrador y periodista Manuel Gómez Comes, alias Romley¹⁶. Su experiencia previa como dibujante en la revista *Blanco y Negro* inspiró la concepción del apartado bélico ya que, como las grandes cabeceras ilustradas de los años veinte y treinta, contaba con las «notas gráficas». Este formato lo componían varias planas en las que aparecían imágenes de eventos de la actualidad: encuentros, reuniones, presentaciones... En el caso de «De la guerra en España», la circunstancia bélica ceñía las fotografías a posados de soldados, momentos de traslados, retratos en la retaguardia o tomas de ciudades destruidas o sobrevoladas por aviación afín (FIGURA 2).

En ocasiones las imágenes eran reimpresas en los siguientes números, pues formaba parte de una práctica de circulación de recursos gráficos para su aprovechamiento en otras cabeceras y materiales del ámbito impreso. Para el bando rebelde, era complejo sacar adelante estas publicaciones; a pesar de que numerosos militares tomaban sus propias fotografías¹⁷ –el general Mola– u organizaban servicios de recogida de imágenes –el general Aranda–, lo cierto es que en los organismos falangistas no abundaron los recursos humanos en la puesta en marcha. Algunos de los fotorreporteros que se integraron desde el inicio o consiguieron pasar a la zona sublevada de forma temprana fueron Calvache, Campúa, Deschamps, Dumas, Jalón Ángel o Marín, colaboradores todos ellos en «De la guerra en España»¹⁸. Otras

15. Moralmente, el bando rebelde convirtió el conflicto en una suerte de designio divino, una *cruzada*, por lo que la visión de la guerra fue eminentemente victoriosa desde su inicio, lo que articuló las conmemoraciones en la cronología de los «Años Triunfales». Di Febo, Giuliana: *Ritos de guerra y victoria en la España franquista*. Bilbao, Desclée, 2002, p. 23.

16. Su nombre no apareció en el sumario durante el tiempo que dirigió la revista, como sí lo hicieron posteriormente los directores literarios (Manuel Halcón 1938-1939; Samuel Ros 1939-1942 y José María Alfaro 1942-1946) y artísticos (Tono 1938-1939; A.T.C –Ángeles Torner Cervera– 1939-1946). Conocemos que fue Romley quien se encargó de la dirección en sus primeros momentos gracias a las memorias de los falangistas que recuerdan cómo puso en marcha en 1938 la revista *Horizonte* en Sevilla, considerada hermana pequeña de *Vértice*.

17. Sánchez Vigil, Juan Miguel: «La mirada azul», en Heras Herrero, Beatriz de las (ed.): *Imagen y guerra civil española. Carteles, fotografía y cine*. Madrid, Síntesis, 2017, p. 75-76.

18. Sánchez Vigil, Juan Miguel; Olivera Zaldúa, María: *Fotoperiodismo y República*. Madrid, Cátedra, 2014, p. 331.



FIGURA 2. «DE LA GUERRA EN ESPAÑA». REVISTA VÉRTICE, 5 (SEPTIEMBRE-OCTUBRE, 1937), P. 23. Centro de Estudios de Castilla-La Mancha (Universidad de Castilla-La Mancha)

aportaciones gráficas procedían del favor de aristócratas que contaban con sus propios equipos fotográficos, como Valeriano Salas, viajero multimillonario que fotografiaba a las tropas en puntos del norte, ilustraba una breve sección de viaje y, en 1938, puso en marcha la ostentosa *Revista Geográfica Española*.

A pesar de las limitaciones, *Vértice* logró convertir la cabecera, en su primer año de existencia, en un escaparate visual de la pretendida estabilidad que se vivía en

la contienda, lo que no evitó, aun así, la crítica de los lectores que expresaron su disconformidad. La revista en su segundo número se defendía:

Se nos ha dicho que VÉRTICE concedía pocas páginas a la guerra y que su tono general pecaba de cierta frivolidad, de escasez de texto y abundancia de fotografías. Lo primero pudo ser cierto en nuestro primer número, cuanto todavía no contábamos con la colaboración gráfica necesaria, a pesar de las apremiantes demandas que dirigimos a los reporteros fotógrafos de la guerra. (...) En cuanto a la pretendida frivolidad de VÉRTICE, conviene tener en cuenta que esta revista cumple una misión concreta y bien centrada en la órbita de la prensa y propaganda nacionalsindicalista: la de ser una publicación plácida y amena, que lleve a todos los hogares una imagen plástica y actual del mundo en torno, y al mismo tiempo el recreo del ocio en secciones y colaboraciones breves y ligeras que sirvan de solaz y deleite al lector, así como la de reflejar más allá de nuestras fronteras la normalidad con la que se vive en la retaguardia de la España de Franco¹⁹.

En efecto, esta era la misión de la sección: ofrecer una imagen embalsamada y estética de la España que el bando sublevado se afanaba en «liberar». Una vez la revista hubo aumentado su coste, se sumaron suscripciones y se organizaron los organismos del partido único, el equipo se profesionalizó con las figuras de dirección general y dirección artística. Fue a partir de ese momento cuando, bajo la confección del dibujante Tono y la incorporación de los trabajos del fotógrafo y publicista José Compte, el apartado bélico se transformó plásticamente, contribuyendo a convertir el imaginario marcial en un objeto de deseo.

TONO Y J. COMPTE, AUTORES DE LA ESTETIZACIÓN DE LA GUERRA

Antonio de Lara Gavilán, alias Tono, dedicó prácticamente toda su vida a la ilustración y al humorismo gráfico. Desde bien joven publicó viñetas satíricas en la prensa local, pero pronto dio el salto a las grandes cabeceras ilustradas del grupo Prensa Gráfica, como *Nuevo Mundo* o *La Esfera*²⁰. Se relacionó con los artífices de la entrada de la modernidad en España, como Gómez de la Serna y su propuesta futurista; también entró en contacto en París con artistas de vanguardia que influenciaron sus idas y venidas entre la figuración y el esquematismo geométrico²¹. Eso le permitió realizar trabajos de diseño que aparecieron en cubiertas de novelas y portadas de revistas, entre ellas *Blanco y Negro*, donde cabe suponer que conociera a Romley.

Aunque, como se ha indicado, en los primeros números de *Vértice* no se señalaban los nombres de los responsables de la elaboración de la revista, en el ejemplar doble de septiembre y octubre de 1937 apareció por primera vez en el sumario el nombre de Tono como confeccionador. En noviembre, y ya en adelante, se le reconocía como

19. «La revista habla», *Vértice*, 2 (mayo 1937), p. 24.

20. Corderot, Didier: «Tono y sus tonerías (1938). Vanguardia artística a servicio de la propaganda rebelde», *Diablotexto Digital* (2016), p. 59.

21. *Idem*, p. 60.

director artístico, aun cuando ni siquiera se mencionaba a la dirección general de la cabecera, por lo que se destaca el importante papel que tuvo la concepción estética en la publicación y, sobre todo, el protagonismo del dibujante como reclamo para un potencial lector que accediera con frecuencia a los medios donde este artista estaba presente. Tono ejerció esta función, según indican los sumarios, hasta el último número de 1938, pues en enero de 1939 se nombraban confeccionadores a Juan Luis Zoreda y A. T. C., siglas de la dibujante Ángeles Torner Cervera, encargada de los figurines en esta publicación, *Y. Revista para la mujer* y títulos infantiles. También fue la directora artística de *Vértice* durante la posguerra.

De la gerencia de Tono destacan varias aportaciones: por un lado, la introducción del diseño en el conjunto de la revista. Más allá de la portada, que solía encargarse a dibujantes afines como Sáenz de Tejada, Teodoro Delgado o José Caballero (pocas veces incorporó fotografías), mandó imprimir algunos volúmenes que concebía como una obra total, esto es, con una estética común: diseñaba planas con bicromía presente en todas las secciones, empleaba la misma tipografía y seleccionaba fotografías representativas de la sección, independientemente de que concordaran con el contenido publicado a continuación. De este modo, al homogeneizar la plástica, también quedaban equiparados los apartados. Como puede verse en los ejemplos del número de octubre de 1938 (FIGURA 3), nada diferencia el arte de la guerra y el deporte; es más, deportista, soldado y deidad quedan asimilados como modelo para el ejercicio de construcción de un hombre nuevo, presente en la teoría del fascismo²².

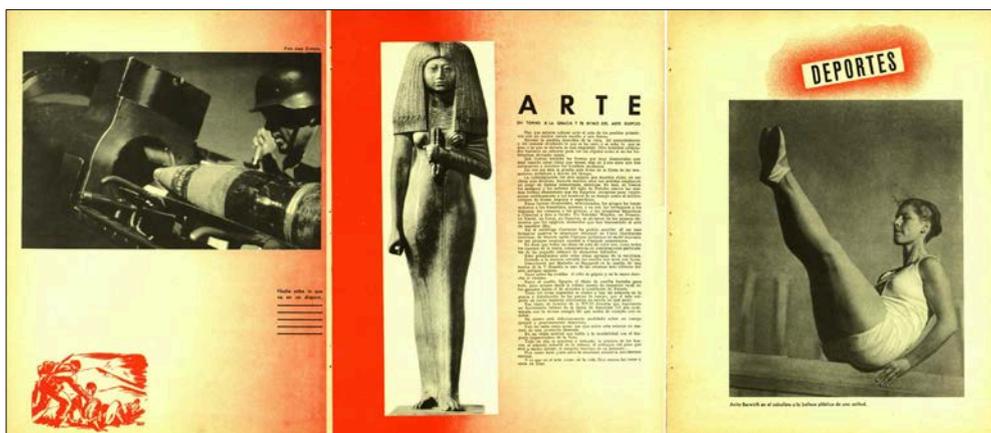


FIGURA 3. «DE LA GUERRA EN ESPAÑA», «ARTE», «DEPORTES», *VÉRTICE*, 15 (OCTUBRE, 1938). Biblioteca y Centro de Documentación del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía

22. Raza, juventud y cultura física fueron conceptos constantes en la teoría fascista del hombre nuevo. De hecho, en sus primeros números *Vértice* incluyó la sección «Cultura física» que después pasó a llamarse «Deporte». Sobre la relación del deporte, la visión del soldado como deportista en tanto que consideración de la guerra como deporte, y su asimilación a deidades de la tradición clásica: González Aja, Teresa (ed.): *Sport y autoritarismos: la utilización del deporte por el comunismo y el fascismo*. Madrid, Alianza, 2002; Viuda-Serrano, Alejandro y González Aja, Teresa: «Héroes de papel. El deporte en la prensa como herramienta de propaganda política del fascismo y franquismo. Una perspectiva histórica comparada», *Historia y comunicación social*, 17 (2012), pp. 41-68.

Por otro lado, la influencia del mundo del cartel, en el que también había estado presente, le llevó a configurar otros números en los que cada sección abría con una portadilla que era, en sí misma, un elemento artístico. El factor sorpresa en cada ejemplar se debía a que este tipo de elementos se diseñaban con anterioridad, por lo que se colocaban en el proyecto de volumen en función de las necesidades, lo que también conllevaba que fueran imágenes tipo, sin narrativa respecto a lo que la sección contaba en su interior. En ese sentido, además, conocedor de las prácticas del consumo editorial, incorporar páginas de este calibre reforzaba la percepción de recibir en el hogar una obra de gran valor artístico. Con todo, eran susceptibles de ser extraídas y, por tanto, coleccionadas, fijando imaginarios y forjando una identidad política.

En las aperturas de la sección «De la guerra en España», predominó fundamentalmente la visión épica del soldado y la dramatización de las escenas bélicas, esto es, una estetización de la guerra en línea con el argumento con el que se defendía *Vértice* de las críticas a la frivolidad: una publicación plácida y amena que llevase a los hogares una imagen plástica del mundo. La figura del soldado había sido ya recurrente en trabajos gráficos de la revista, por ejemplo, en la portada del número de noviembre de 1937, a cargo de Sáenz de Tejada (FIGURA 4). En ella aparece un soldado solitario haciendo guardia en una noche estrellada, si bien parece un cielo de amanecer, término que, no en vano, está presente en los tropos de la cultura política del falangismo como la *España que amanece* o el propio himno *Cara al sol*²³. En este caso, el dibujo permitía reforzar los elementos identitarios de un arquetipo abstraído de milicia falangista: el yugo y las flechas. Siguiendo este modelo, Tono ideó la cubierta para la sección bélica del número de junio de 1938 (FIGURA 5) con la fotografía de un soldado mirando al frente, también armado con su fusil, pero sobre un fondo rojo ennegrecido que no solo remite a los colores falangistas, sino que crean una sensación de suciedad propia del contacto y manejo de la pólvora. Esta figura solitaria, más allá del binomio monje-soldado profusamente analizado que responde a la creación de un modelo de masculinidad vinculado al combate²⁴ y a la verticalidad del falangismo²⁵, también configura la conversión del soldado en un sujeto artístico: tema y asunto plástico-literario para la intelectualidad que formaba *Vértice* y la clase acomodada que la leía, a quien se le indicaba la prensa como milicia en una guerra a la que miraban desde lejos.

23. Box, Zira: «Análisis socio-metafórico y culturas políticas: sobre el estudio del nacionalismo falangista», *Política y sociedad*, 55 (2018), p. 103.

24. Di Febo, Giuliana: «El 'monje guerrero': identidad de género en los modelos franquistas durante la Guerra Civil», en *Las mujeres y la guerra civil española*. Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales e Instituto de la Mujer, 1991; González Aja, Teresa: «Monje y soldado. La imagen masculina durante el Franquismo», *Revista internacional de Ciencias del Deporte*, 1 (2005), pp. 64-83; Albert, Mechthild: «La guerra y el hogar: iconografía e ideología en la revista *Vértice* (1937-1939)», en Guereña, Jean-Luis (dir.): *Image et transmission des savoirs dans les mondes hispaniques et hispanoaméricains*. Tours, Presses universitaires François-Rabelais, 2007, pp. 633-643.

25. Box, Zira: «Cuerpo y nación: sobre la España vertical y la imagen del hombre», *Ayer*, 3 (2017), pp. 205-228.

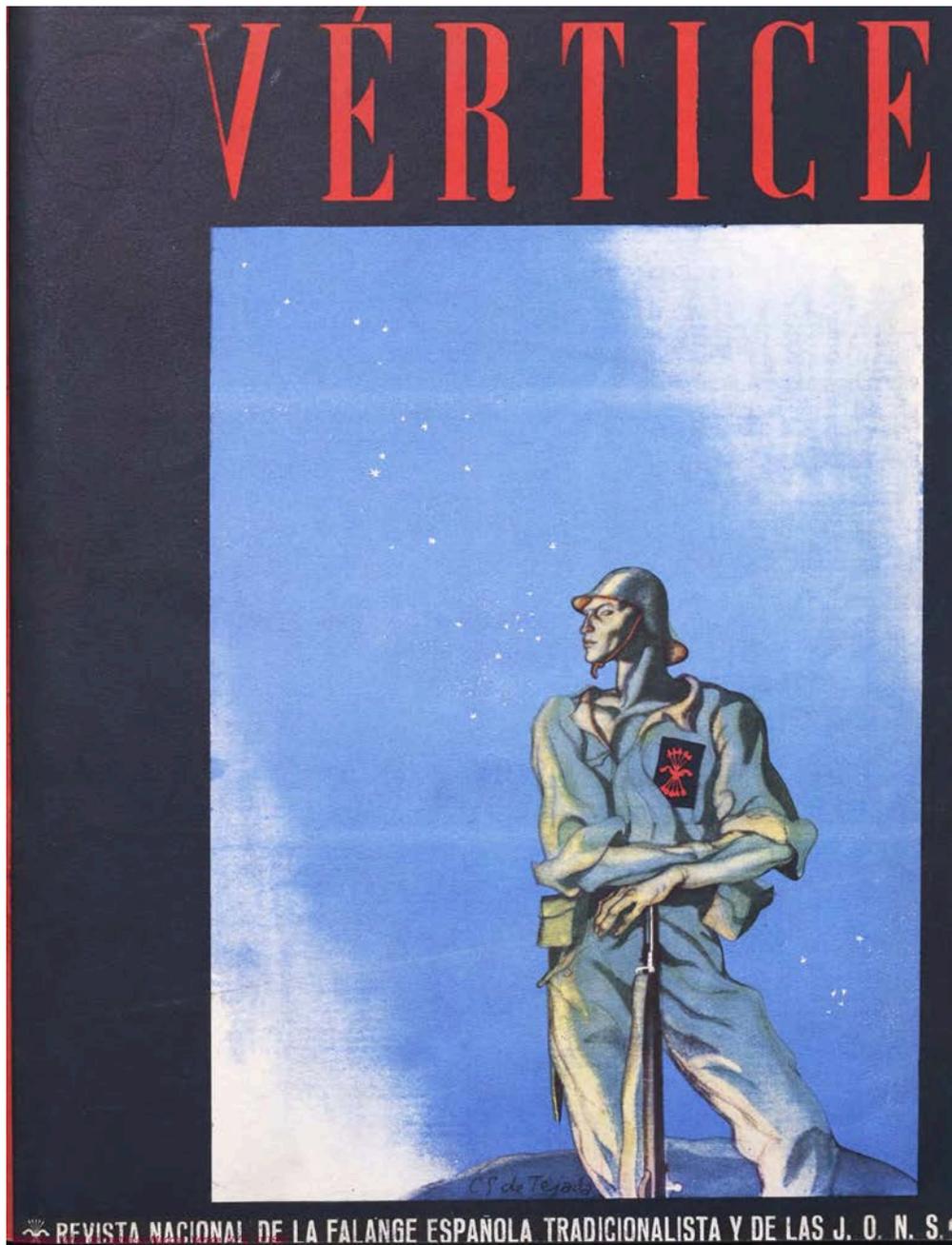


FIGURA 4. PORTADA DEL NÚMERO 6 DE LA REVISTA VÉRTICE (NOVIEMBRE, 1937). Centro de Estudios de Castilla-La Mancha (Universidad de Castilla-La Mancha)

Los militares, figurines entonces de una escenografía artística, aparecían bien individualizados sobre fondos neutros, bien en secuencias posadas e incluso eran retratados en otros campos de las bellas artes. Siguiendo el modelo de portadilla de color rojo, Tono recurrió a otras imágenes para componer un diseño, en el número de abril de 1938, que redundara sobre esta propuesta (FIGURA 6): se trataba de una reproducción fotográfica de un mediorrelieve de tres soldados en perfil,

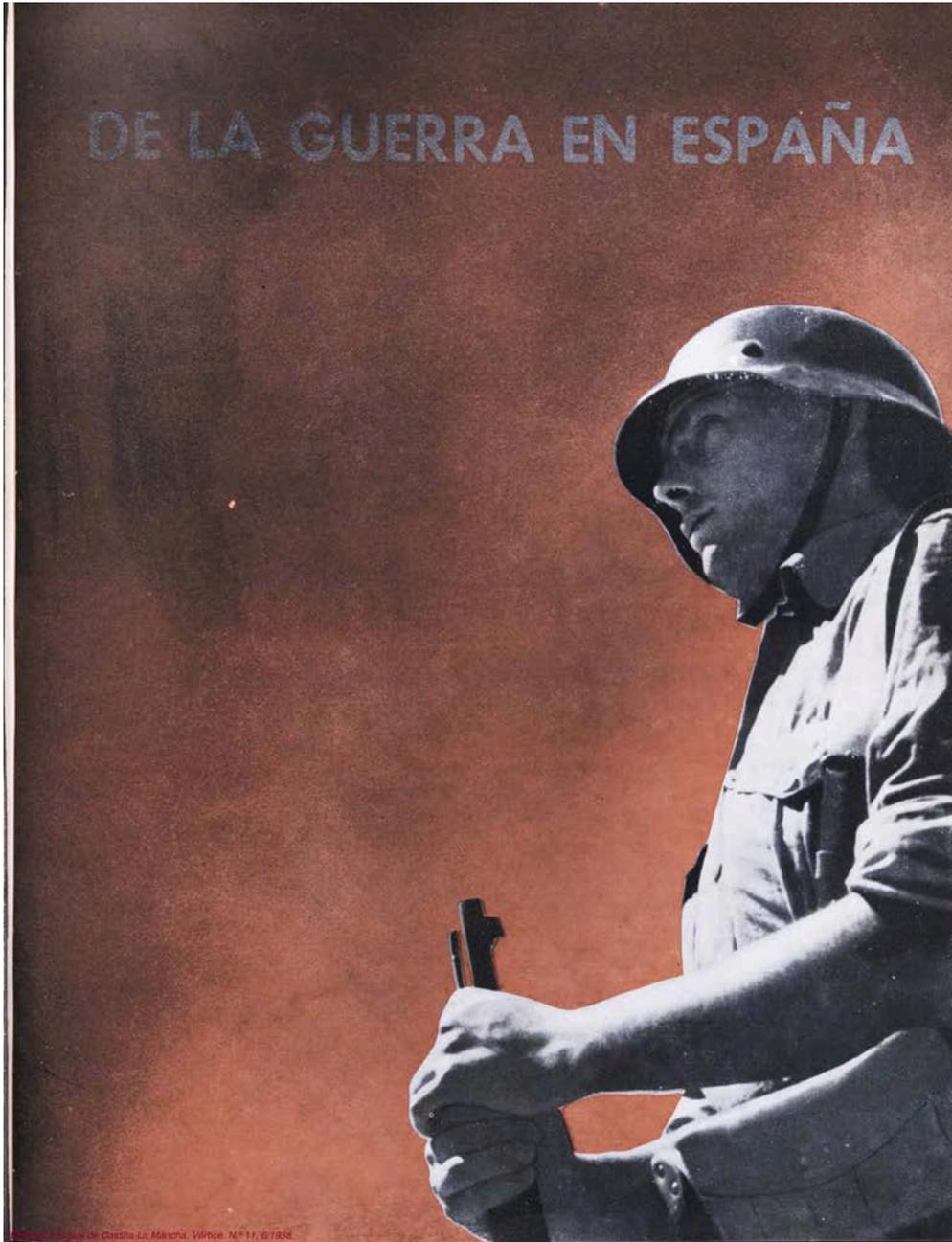


FIGURA 5. «DE LA GUERRA EN ESPAÑA», *VÉRTICE*, 11 (JUNIO, 1938). Centro de Estudios de Castilla-La Mancha (Universidad de Castilla-La Mancha)

empuñando armas de fuego; y otra de una ilustración de combatientes a caballo y con carro, a modo de auriga. Esta alusión a la Antigüedad, pero con una iconografía contemporánea (fusiles tipo mauser y cascos modelo M26) remitía a la idea de la guerra como vehículo en la «motorización de la historia», al tiempo que convertía el conflicto librado en el país en un hito dentro de lo que los falangistas consideraban la «revolución nacional».

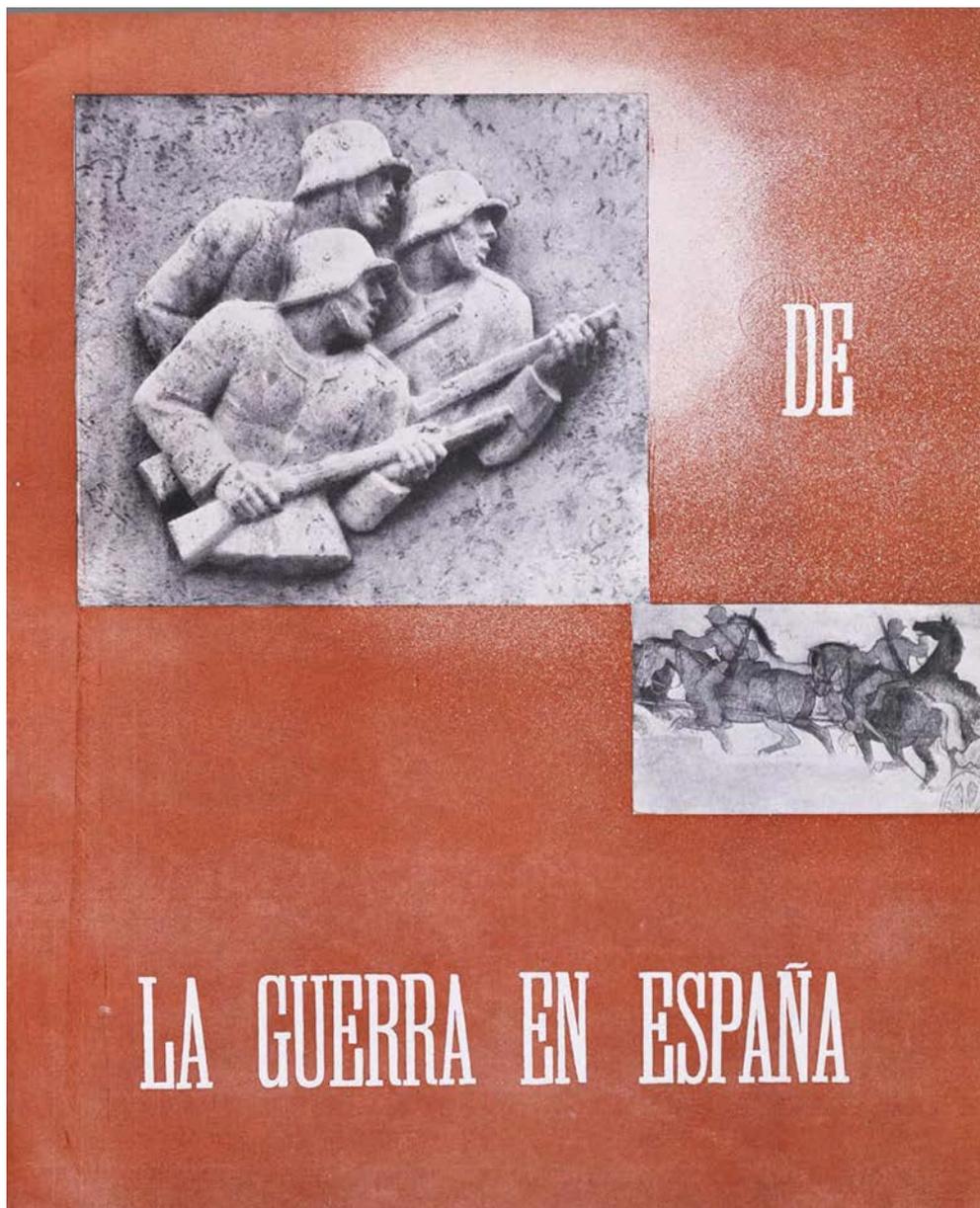


FIGURA 6. «DE LA GUERRA EN ESPAÑA», *VÉRTICE*, 9 (ABRIL, 1938). Centro de Estudios de Castilla-La Mancha (Universidad de Castilla-La Mancha)

Con un fondo rojo mucho más intenso y saturado que en los números previos, el ejemplar de septiembre de 1938 incorporaba la fotografía de un grupo de soldados afanados en el traslado de una pieza de artillería móvil (FIGURA 7). A pesar de que la toma está intervenida y en los laterales se incluyeron figuras de otros combatientes de forma bastante rudimentaria a fin de hacer más compleja la escena, el objeto principal de la comisión son las ruedas de lo que se intuye que es un obús de montaña. La composición incluía el membrete del título de la sección enmarcada en un rectángulo horizontal negro y rematado, en la parte inferior, por un círculo

también negro. El empleo de estas formas elementales de manera compleja y artificiosa había estado presente en la cultura impresa de los años veinte en cubiertas de revistas, folletos de exposiciones o portadas de manifiestos en el ámbito europeo, desde los trabajos de la Bauhaus, hasta las propuestas constructivistas²⁶. Sin embargo, aunque la intención de Tono en su dirección artística había sido introducir las novedades del lenguaje vanguardista conocidas en su estancia parisina, debía adecuarse a las dificultades de la guerra, cuya carestía justifica el resultado tosco. A fin de disimular el desperfecto, la imagen, en el conjunto, quedaba reducida de tamaño y pasaba a formar una plana de tipo más tradicional, próxima al diseño más clásico de cubierta de libro.

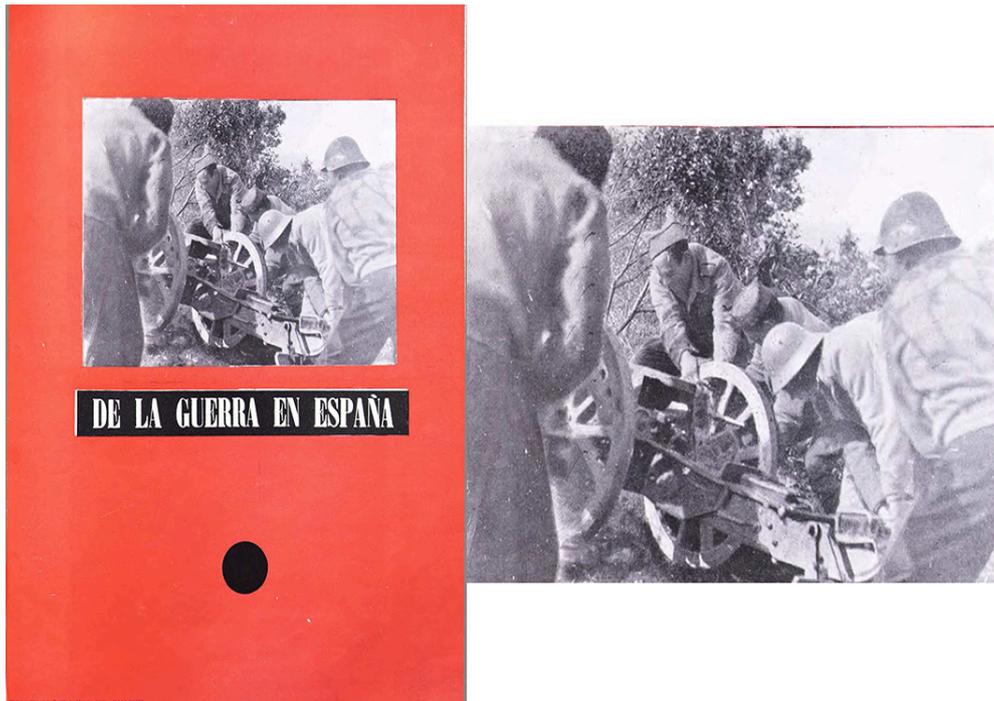


FIGURA 7. «DE LA GUERRA EN ESPAÑA», *VÉRTICE*, 14 (SEPTIEMBRE, 1938). Centro de Estudios de Castilla-La Mancha (Universidad de Castilla-La Mancha)

A partir de septiembre de ese mismo año, la revista se benefició de la presencia del fotógrafo y publicista José Compte, encargado de que este tipo de imaginarios teatrales de escenas posadas adquirieran una consistencia plástica. La llegada de Dionisio Ridruejo a la Delegación Nacional de Propaganda del gobierno franquista marcó la visualidad de la naciente dictadura. En sus memorias reconocía que «apuntaba al dirigismo cultural y a la organización de los instrumentos de comunicación pública en todos los órdenes»²⁷, pues consideraba que hasta el momento esa jurisdicción no encontraba mayor diferencia de los cometidos que

26. Fontán del Junco, Manuel: *La vanguardia aplicada 1890-1950*. Madrid, Fundación Juan March y Editorial Arte y Ciencia, 2012, pp. 180-186.

27. Ridruejo Jiménez, Dionisio: *Casi unas memorias*. Barcelona, Península, 2007, p. 261.

se realizaban en el campo de la publicidad: «sólo que en vez de «vender» calcetines o píldoras se vendían consignas políticas, figuras públicas y victorias militares, o bien se desacreditaban los productos análogos de la «competencia»»²⁸. Aun así, reconoció el trabajo de quienes ya estaban integrados en las instituciones previas, llegando a alcanzar un protagonismo inusitado. Fue el caso del fotógrafo José Compte que, junto a Antonio Riviére, formaban parte de la Delegación de Prensa y Propaganda del Estado desde 1937 debido a su reconocimiento como pioneros de la fotografía publicitaria en Cataluña²⁹. De este tándem, Antonio pertenecía a la familia de empresarios metalúrgicos propietarios de Riviére S.A.³⁰, uno de los principales financiadores de Falange en Barcelona³¹ cuyo aval permitió también a Compte ponerse al servicio de la causa sublevada. Ridruejo reconocía en este último «que era un artista excelente»³² y, tan pronto como pudo, lo integró en su nuevo plan de trabajo. Anteriormente, Compte había participado con sus fotografías en una iniciativa propagandística de los militares rebeldes: la exposición itinerante *Documento Nacional*, una muestra de denuncia de la «barbarie roja» donde Riviére y Compte aportaron tomas de ciudades arrasadas, milicias desfilando o mujeres del Auxilio Social en los comedores³³.

La experiencia en el traspaso de los fines publicitarios a los propagandísticos, así como el contacto con el imaginario de consumo de las clases altas catalanas, convirtieron a Compte en el artífice idóneo para configurar la visión definitiva de la estética bélica en *Vértice*. La primera vez que sus fotografías se imprimieron en esta cabecera no fueron, sin embargo, en la sección «De la guerra en España», sino en «Plástica. La belleza fotográfica», en septiembre de 1938. Esto es especialmente reseñable, ya que indica la verdadera función de los trabajos del autor, que venían a reforzar la abstracción del arquetipo marcial como sujeto artístico. Eran tomas en primerísimo plano de combatientes uniformados posando en diferentes actitudes: preparación de munición, traslado de la artillería, momentos previos a un disparo o perfiles contrapicados muy monumentales (FIGURA 8). Este repertorio, que ha pasado a la historiografía como «falsas escenas de artilleros en combate»³⁴, hundía sus raíces directamente en esos trabajos publicitarios previos que ponían el foco en el objeto y, mediante planos en detalle y contrastes de luces y sombras, convertían el producto en un elemento deseable. De la misma manera la focalización en los elementos metálicos del uniforme y las armas permitía al autor desarrollar una fotografía muy plástica por sus brillos y detalles, monumentalizada también a través de las vistas tomadas desde un plano bajo.

28. *Idem*.

29. Purcet Gregori, Aleix; Alonso Fernández, Juan: «Fascismo, guerra y fotografía: la mirada de la Nueva España», en *Girona 2014: Archivos e Industrias Culturales* (2014), p. 5.

30. *Idem*.

31. Thomas Andreu, Joan Maria: *Falange, Guerra Civil y franquismo. F.E.T. y de las J.O.N.S de Barcelona en els primers anys del regim franquista*. Barcelona, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1992, p. 42.

32. Ridruejo Jiménez, Dionisio: *op. cit.*, p. 262.

33. Ortiz-Echagüe Trujillano, Javier: «José Compte: de la fotografía publicitaria a la propaganda en la guerra civil española (1936-1939)», *Comunicação Pública*, 23 (2017) p. 4.

34. Vega Rosa, Carmelo: *Fotografía en España (1839-2015). Historia, tendencias, estéticas*. Madrid, Cátedra, 2017, p. 442.



FIGURA 8. «PLÁSTICA. LA BELLEZA FOTOGRÁFICA», *VÉRTICE*, 14 (SEPTIEMBRE, 1938). Centro de Estudios de Castilla-La Mancha (Universidad de Castilla-La Mancha)

Eran, por tanto, imágenes de exaltación de la guerra, entendida en el marco vitalista del fascismo y que, desde el punto de vista estético, estaban directamente relacionadas con las tendencias artísticas nacidas al calor de la experimentación del periodo de entreguerras. En concreto, puede vincularse con la Nueva Visión que, aunque no fue un movimiento específicamente fotográfico³⁵, sí fue el marco en el que se desarrollaron los trabajos de autores como Ródchenko, de cuyos elementos formales, como la inclusión de fotomontajes, se aprecia una influencia en la fotografía de Compte. El camino hacia una fotografía pura había encontrado en los salones su sistema de refrendo, como el resto de las artes, aunque en el fragor de la contienda su celebración era ocasional. De ahí que proliferaran las revistas fotográficas y que también *Vértice*, como artefacto artístico, contara con esa sección destinada a acoger los trabajos de autores que circulaban en los anuarios internacionales y que legaron, en ocasiones, tomas ciertamente anecdóticas y otras más asimilables al lenguaje de vanguardia.

Tras la primera aparición en septiembre de 1938, sus siguientes contribuciones pasaron a imprimirse en «De la guerra en España», en ocasiones conformando el total del reportaje; otras solo como portadilla de la sección. El ejemplar de octubre, ya analizado como ejemplo de diseño unitario de Tono, incluyó tres fotografías de Compte que seguían el mismo modelo que en el volumen anterior: un primerísimo plano de un combatiente con la mirada al frente, del que se había difuminado todo escenario para enfatizar la idea de asunción del destino bélico. Le seguían otras dos imágenes en detalle de los artilleros cuyo protagonismo se distribuía a partes iguales entre los útiles metálicos y los propios soldados (FIGURA 9). Junto a ellas, dos breves enunciados: «Nadie sabe lo que va en un disparo» y «La hora de las cuentas artilleras», que tan solo redundaban en el carácter evocativo.

De la misma manera, el número de noviembre también abrió este apartado con una fotografía de Compte de un soldado en el momento del disparo de una ametralladora (FIGURA 10). Se trata, nuevamente, de una escena posada, con un encuadre muy cuidado que emplaza al militar entre las diagonales que dibuja la

35. *Idem*, p. 402.

alambrada y otorga especial relevancia al elemento armamentístico. Con todo, le acompañaba el siguiente texto:

Todo el secreto de las cosas consiste en dar en el blanco. A este fin el hombre mueve sus mejores aceros. Muchos le rondan pocas dan en él. La vida es hoy más que nunca, un vasto campo campamental. «Agudizadas las flechas y tendidos los arcos» aconsejó tener el profeta. En tiempo de Isaías no había armas automáticas lo demás hubiera dictado: «Dispuestos los ojos y engrasado el fusil». Como este infante que a no dudar va a hacer blanco en el rojo. Aprendamos su lección: Pulso firme y corazón tenso. Así hizo España su imperio³⁶.



FIGURA 9. «DE LA GUERRA EN ESPAÑA», *VÉRTICE*, 15 (OCTUBRE, 1938). Biblioteca y Centro de Documentación del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía

La ambivalencia de las imágenes de Compte permitía a la dirección de *Vértice* emplearlas con usos diferentes, aunque todas venían a redundar en las mismas significaciones: construir un arquetipo masculino basado en el militarismo y el culto a la guerra y la máquina, tres pilares fundamentales para la noción imperial de Falange que no impedía, además, proyectar sobre ellos una visión plástica. De hecho, la propuesta remarcaba las alocuciones que José Antonio Primo de Rivera había esgrimido en el Teatro de la Comedia en el discurso de la fundación del partido en 1933:

Yo creo que está alzada la bandera. Ahora vamos a defenderla alegremente, poéticamente. Porque hay algunos que frente a la marcha de la revolución creen que

36. «La guerra», *Vértice*, 16 (noviembre 1938), p. 24.

para aunar voluntades conviene ofrecer las soluciones más tibias, creen que se debe ocultar en la propaganda todo lo que pueda despertar una emoción o señalar una actitud enérgica y extrema. ¡Qué equivocación! A los pueblos no los han movido nunca más que los poetas, y ¡ay del que no sepa levantar, frente a la poesía que destruye, la poesía que promete!³⁷.

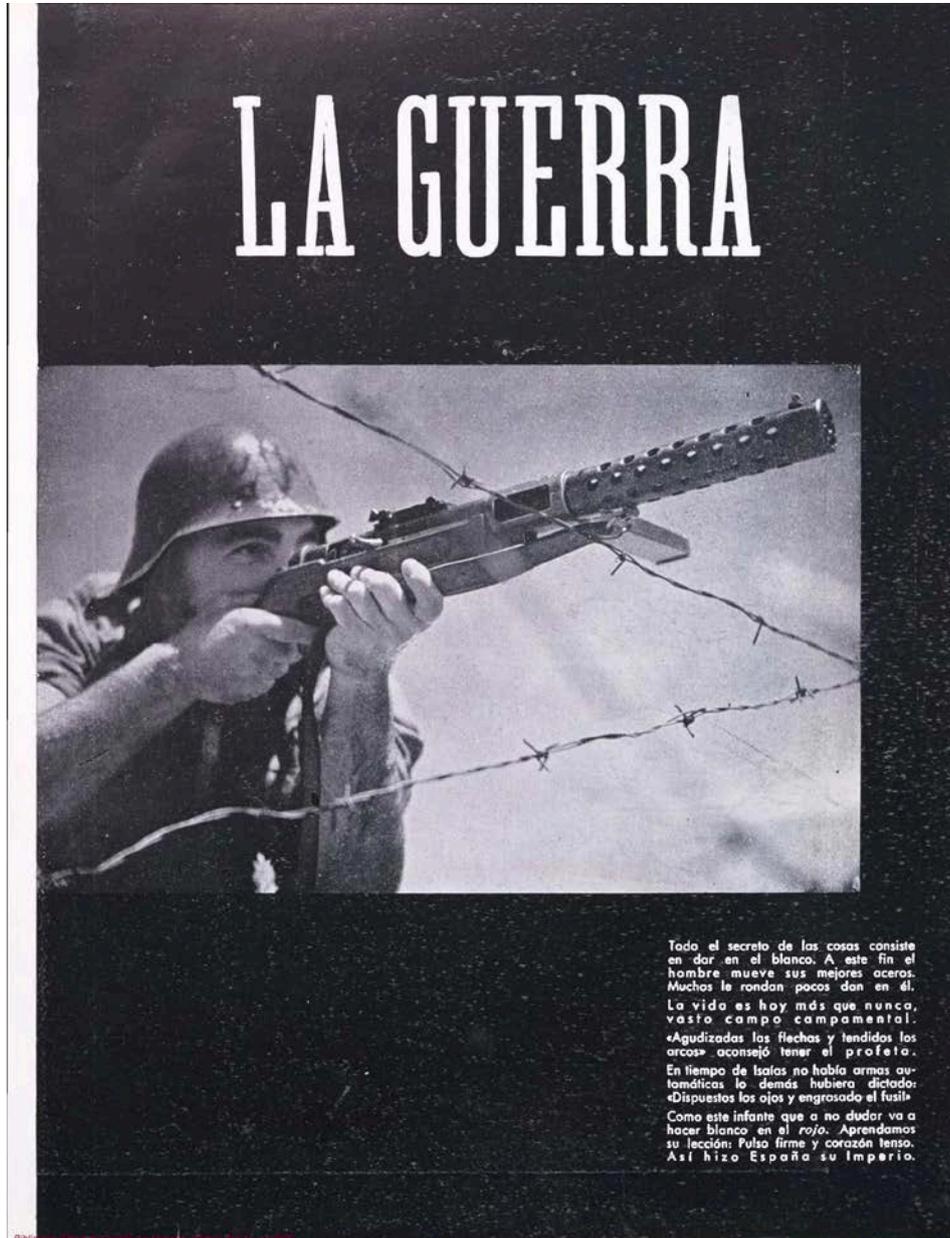


FIGURA 10. «LA GUERRA», *VÉRTICE*, 16 (NOVIEMBRE, 1938). Centro de Estudios de Castilla-La Mancha (Universidad de Castilla-La Mancha)

37. Primo de Rivera y Sáenz de Heredia, José Antonio: *Obras completas*. Madrid, Delegación Nacional de Prensa y Propaganda de F.E.T., 1945, p. 25.

Finalmente, desde enero de 1939 la sección bélica desapareció en favor de los reportajes de entradas triunfales a las ciudades «liberadas», de modo que los ejemplares continuaron incorporando trabajos de Compte asimilando a los militares a modelos de estrellas de cine a los que admirar. Así, con esta frivolidad, el ámbito marcial continuaba siendo un entretenimiento más para las clases acomodadas.

CONCLUSIONES

La teorización de Ernesto Giménez Caballero sobre la guerra como motor de la historia produjo que los proyectos propagandísticos de la formación falangista fueran entendidos como armas de combate. Por ello, las revistas, como elementos fundamentales para la conformación de identidades, cumplieron un importante papel a la hora de asegurarse las adhesiones a la causa. En ese sentido, el despliegue de un amplio repertorio de títulos enfocados a diferentes grupos sociales aseguró la cobertura de todo el espectro al que se dirigían, garantizando la intención de control social.

En el caso de *Vértice*, esta supuso para el partido, además, una importante fuente de ingresos. El estudio de esta cabecera centrado en su precio, modo de venta y prácticas así lo corroboran: el coste del ejemplar era, al inicio de la guerra, un tercio del salario medio regulado semanal, alcanzando en números especiales hasta el doble de su valor. La revista, además, se nutría de abundante publicidad (por lo menos un 30% de la publicación) con anuncios de productos de lujo como licores, vestimenta de piel, cerámicas, muebles o joyas. También con la inclusión de membretes de bancos, hoteles y salas de fiesta a las que solo podían acudir los potenciales compradores de este título, no solo con alto poder adquisitivo, sino con posibilidad de cierta despreocupación por el asunto bélico. Con todo, *Vértice* se recibía por suscripción, lo que aseguraba a la formación poder realizar las tiradas al disponer de fondos previos, imprimir un número exacto y aportar económicamente al Movimiento.

La suscripción, además, evitaba la posibilidad de ser una publicación disponible a cualquier comprador. Esto permitía adquirir la conciencia de estar recibiendo un objeto de valor único, al que además podían extraérsele las portadillas de cada sección, a donde iban a parar todos los esfuerzos gráficos del equipo artístico, de modo que, además, se garantizaba un tipo de coleccionismo. Esto permite configurar *Vértice* como un argumentario plástico, un artefacto total. Ante esta situación, suponía un marco perfecto para redibujar la impresión sobre el conflicto bélico, convertirlo en una suerte de divertimento y una causa a la que contribuir económicamente.

Asimismo, el análisis de la sección «De la guerra en España», ha arrojado varias aportaciones: por un lado, la muestra del conflicto como un entretenimiento, es decir, el ideograma de la guerra como deporte; y como un muestreo de repertorios sobre la masculinidad vinculada al combate y la verticalidad del falangismo que confluyen definitivamente en la conversión del soldado en sujeto artístico. Por otro, se ha destacado la especial importancia de la contribución de artistas como Tono, primer confeccionador y director artístico de la cabecera, y el publicista

Compte, dos agentes de esta estetización de la guerra e introductores de una plástica moderna en la revista que la vincula, en los años de la contienda, con el panorama internacional de entreguerras.

Finalmente, la interpretación de las imágenes lega el propósito de Falange de crear una relación indisoluble entre falangismo y modernidad, definiendo así su propio estilo, entendido como un modo de ser.

REFERENCIAS

- Albert, Mechthild: «La guerra y el hogar: iconografía e ideología en la revista *Vértice* (1937-1939)», en Guereña, Jean-Luis (dir.): *Image et transmission des savoirs dans les mondes hispaniques et hispanoaméricains*. Tours, Presses universitaires François-Rabelais, 2007, pp. 633-643.
- Asuncion Arrieta, José Ángel: *San Sebastián, capital cultural (1936-1940)*. San Sebastián Monográficas Michelana, 1999.
- Box, Zira: «Cuerpo y nación: sobre la España vertical y la imagen del hombre», *Ayer*, 3 (2017), pp. 205-228.
- Box, Zira: «Análisis socio-metafórico y culturas políticas: sobre el estudio del nacionalismo falangista», *Política y sociedad*, 55 (2018) pp. 93-114.
- Cadenas Vincent, Vicente: *Actas del último Consejo Nacional de Falange Española de las JONS (Salamanca 18-19, IV, 1937) y algunas noticias referentes a la Jefatura Nacional de Prensa y Propaganda*. Madrid, Gráficas Ugina, 1975.
- Corderot, Didier: «Tono y sus tonerías (1938). Vanguardia artística a servicio de la propaganda rebelde», *Diablotexto Digital* (2016), pp. 56-76.
- Di Febo, Giuliana: «El 'monje guerrero': identidad de género en los modelos franquistas durante la Guerra Civil», en V.V.A.A: *Las mujeres y la guerra civil española*. Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales e Instituto de la Mujer, 1991.
- Di Febo, Giuliana: *Ritos de guerra y victoria en la España franquista*. Bilbao, Desclée, 2002.
- Fontán del Junco, Manuel: *La vanguardia aplicada 1890-1950*. Madrid, Fundación Juan March y Editorial Arte y Ciencia, 2012.
- González Aja, Teresa (ed.): *Sport y autoritarismos: la utilización del deporte por el comunismo y el fascismo*. Madrid, Alianza, 2002.
- Giménez Caballero, Ernesto: «Verdadera imagen de Franco», *Vértice*, 4 (julio 1937), p. 51.
- Giménez Caballero, Ernesto: *Los secretos de la Falange*. Madrid, Yunque, 1939.
- Giménez Caballero, Ernesto: *Arte y Estado (introducción, edición y notas de Enrique Selva)*. Madrid, Biblioteca Nueva, 2009/1935.
- González Aja, Teresa: «Monje y soldado. La imagen masculina durante el Franquismo», *Revista internacional de Ciencias del Deporte*, 1 (2005), pp. 64-83.
- Llorente Hernández, Ángel: *Arte e ideología en el franquismo (1951-1936)*. Madrid, Visor, 1995.
- Martínez Cano, Julia: «La modernidad en las revistas de entreguerras: fotografía y propaganda», en Díaz del Campo, Ramón V.; Pérez Garzón, Juan Sisinio (coords.): *La aventura de la modernidad. Los años veinte en España*. Madrid, Catarata, 2022, p. 264-281.
- Mendelson, Jordana: *Revistas y guerra. 1936-1939*. Madrid, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2007.
- Ortiz-Echagüe Trujillano, Javier: «José Compte: de la fotografía publicitaria a la propaganda en la guerra civil española (1936-1939)», *Comunicação Pública*, 23 (2017) pp. 56-78.
- Primo de Rivera y Sáenz de Heredia, José Antonio: *Obras completas*. Madrid, Delegación Nacional de Prensa y Propaganda de F.E.T., 1945.
- Purcet Gregori, Aleix; Alonso Fernández, Juan: «Fascismo, guerra y fotografía: la mirada de la Nueva España», en *Girona 2014: Archivos e Industrias Culturales*, (2014), pp. 1-18.
- Ridruejo Jiménez, Dionisio: *Casi unas memorias*. Barcelona, Península, 2007.
- Rodríguez Tranche, Rafael; Sánchez-Biosca, Vicente: *El pasado es el destino. Propaganda y cine del bando nacional en la Guerra Civil*. Madrid, Cátedra, 2011.

- Sánchez Vigil, Juan Miguel: «La mirada azul», en Heras Herrero, Beatriz de las (ed.): *Imagen y guerra civil española. Carteles, fotografía y cine*. Madrid, Síntesis, 2017, pp. 75-100.
- Sánchez Vigil, Juan Miguel; Olivera Zaldúa, María: *Fotoperiodismo y República*. Madrid, Cátedra, 2014.
- Thomas Andreu, Joan Maria: *Falange, Guerra Civil y franquisme. F.E.T. y de las J.O.N.S de Barcelona en els primers anys del regim franquista*. Barcelona, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1992.
- Vega Rosa, Carmelo: *Fotografía en España (1839-2015). Historia, tendencias, estéticas*. Madrid, Cátedra, 2017.
- Vilar Rodríguez, Margarita: «La ruptura posbélica a través del comportamiento de los salarios industriales: nueva evidencia cuantitativa (1908-1963)», *Revista de historia industrial*, 25 (2004), pp. 81-126.
- Viuda-Serrano, Alejandro; González Aja, Teresa: «Héroes de papel. El deporte en la prensa como herramienta de propaganda política del fascismo y franquismo. Una perspectiva histórica comparada», *Historia y comunicación social*, 17 (2012) pp. 41-68.