

## José Compte: de la fotografía publicitaria a la propaganda en la guerra civil española (1936-1939)

*José Compte: from publicity photography to propaganda in the Spanish civil war (1936-1939)*

Javier Ortiz-Echagüe

---



**Edição electrónica**

URL: <http://journals.openedition.org/cp/1972>

DOI: 10.4000/cp.1972

ISSN: 2183-2269

**Editora**

Escola Superior de Comunicação Social

**Refêrencia eletrónica**

Javier Ortiz-Echagüe, « José Compte: de la fotografía publicitaria a la propaganda en la guerra civil española (1936-1939) », *Comunicação Pública* [Online], Vol.12 nº 23 | 2017, posto online no dia 15 dezembro 2017, consultado o 02 maio 2019. URL : <http://journals.openedition.org/cp/1972> ; DOI : 10.4000/cp.1972

---

Este documento foi criado de forma automática no dia 2 mai 2019.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

---

# José Compte: de la fotografía publicitaria a la propaganda en la guerra civil española (1936-1939)

*José Compte: from publicity photography to propaganda in the Spanish civil war (1936-1939)*

Javier Ortiz-Echagüe

---

## NOTA DO EDITOR

Recebido: 5 junho 2017

Aceite para publicação: 21 setembro 2017

## NOTA DO AUTOR

Article published as part of the Project Printed photography. Image and propaganda in Portugal (1934-1974)[PTDC/CPC-HAT/4533/2014]

“¡PROPAGANDA! He aquí la palabra mágica y poderosa que determina ya el éxito, ya el fracaso, no tan solo de una marca, de un artículo o de un prestigio, sino, también, el porvenir esplendoroso o la rápida decadencia de un movimiento político” (Català Pic, 2015: 91).

- 1 Con estas palabras, Pere Català Pic abre su artículo “Estructuración de una nueva propaganda”, publicado en enero de 1937 en las páginas de *Nova Iberia*, la revista del recién creado Comissariat de Propaganda de la Generalitat catalana. Antes del estallido de la guerra civil española, en 1936, Català Pic había desarrollado una amplia actividad como fotógrafo comercial y, como teórico, escribió artículos defendiendo la fotografía publicitaria, entendida como un “signo de civilización” que “con sus sugerencias, eleva el sentido de la vida” (Català Pic, 2015: 68-69). El comienzo de la guerra supondría, para

autores como él, una alteración radical de las demandas comunicativas, que de pronto se ampliaron desde las necesidades privadas hasta un nivel estatal.

- 2 En esa época, los publicidad y propaganda se usan muchas veces como términos sinónimos, que plantean en distintos niveles una misma función comunicativa propia de la naciente sociedad de masas. Así lo testimonia, por ejemplo, Dionisio Ridruejo, que llegaría a dirigir el Servicio Nacional de Propaganda franquista durante la guerra civil. “El campo o la jurisdicción de lo que hasta entonces se había llamado propaganda era un tanto vago y reducido. En rigor, no se diferenciaba mucho, técnicamente hablando, de lo que en comercio se llama publicidad”, escribe Ridruejo (1976: 130). Y continúa: “Solo 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’”.
- 3 Ridruejo escribe esto en los años setenta, ya desencantado con el franquismo. En los años treinta las cosas se planteaban de modo más radical, y también más ingenuo. “El arte es propaganda”, sentenciaba Ernesto Giménez Caballero poco antes de la guerra (1935: 84). “En la vida industrial, la propaganda de un producto supone la litis con otros semejantes [...]. Pero ese término de ‘propaganda’ no solo procede de la era dinámica e industrial en que vivimos. Su verdadero origen es religioso”. Y pasaba a explicar su concepción del arte como instrumento de conquista, de transmisión de ideas o imperativos que se tienen por sagrados. Giménez Caballero, defensor al mismo tiempo del fascismo y del arte de vanguardia, atribuía a la propaganda un “ímpetu casi místico” (1935: 83); y, por eso, la idea del arte por el arte le resultaba sencillamente inaceptable.
- 4 En este contexto, arte, publicidad y propaganda son términos cercanos. Y los recursos visuales que emplean son muchas veces similares: dibujos o fotografías, collages, fotomontajes, trucajes de negativos o composiciones de texto e imagen (lo que entonces se denominaba “tipofoto”). Lo que los fotógrafos modernos habían explorado en el ámbito de la creación, comenzó a aplicarse en otros ámbitos como el publicitario, pero también se produce un movimiento inverso: diversas formas de imaginería comercial o popular constituyen un campo de experimentación que las vanguardias asumirán como propio.<sup>1</sup> Así que hay un intercambio constante entre el ámbito de la creación y el publicitario, hasta el punto de que algunos piensan que fotografía moderna y publicidad podían confundirse. “La publicidad se ha convertido verdaderamente, como la puesta en página, en un arte, que es complementario al del periodismo”, escribía Fernand Divoire en la revista *Arts et métiers graphiques* (1927-1928) (Baqué, 1993: 281).
- 5 Más allá de los recursos formales, el paso de la publicidad a la propaganda de guerra a partir de 1936 supuso un cambio radical de planteamiento, pues – en palabras del Català Pic (2015: 92) – “no es lo mismo, ni mucho menos, estructurar un plan de propaganda comercial que otro de propaganda estatal o pedagógica, por ejemplo”. La guerra condujo al establecimiento de entidades más complejas dedicadas a coordinar los esfuerzos propagandísticos, como el mencionado Comissariat en el bando republicano o el Servicio Nacional de Propaganda de los sublevados. El ya mencionado Ridruejo (1976: 130) explica así su planteamiento al asumir la dirección de este Servicio: “El adoctrinamiento directo por textos e imágenes o la organización de actos públicos me parecía algo circunstancial y subalterno. El plan que me tracé para organizar los servicios era más amplio y, si se quiere, más totalitario en el sentido estricto de la palabra. Apuntaba al dirigismo cultural y a la organización de los instrumentos de comunicación pública en todos los órdenes”.

- 6 Muchos fotógrafos y artistas tuvieron que cambiar de oficio o adaptar sus habilidades al estallar la guerra. Josep Sala o el citado Català Pic, dieron el salto de la publicidad a la propaganda de guerra a partir del verano de 1936. Aquí se tratará de un caso significativo en esta misma línea: el de José Compte, un fotógrafo catalán que durante los años treinta se había dedicado a la publicidad en la firma Compal (un acrónimo que une el nombre de Compte con el de su socio Palatchi).<sup>2</sup> Compte pasará el conflicto en el bando rebelde, donde colabora con la Delegación para Prensa y Propaganda de Falange, integrada a comienzos de 1938 en el Servicio Nacional de Propaganda franquista (Sinova, 2006: 96-108).
- 7 Aunque, en su momento, Compte fue un fotógrafo comercial de éxito, se puede decir que su obra más interesante es la que realizó durante el paréntesis de la guerra civil. Sin embargo, mientras que otros autores, como el mencionado Català Pic, han recibido una cierta atención por parte de los historiadores y existen monografías sobre ellos, la obra de Compte ha sido prácticamente desconocida hasta hace poco. Aquí se tratará de ofrecer una visión de conjunto del trabajo propagandístico que Compte realizó durante la guerra, a partir de los datos reunidos por las investigaciones recientes.<sup>3</sup> La fuente principal para conocer la obra de Compte es la revista *Vértice*, donde se publicaron muchas de sus imágenes, además de los diversos libros vinculados al Servicio Nacional de Propaganda y las colecciones de postales, donde se reprodujeron las series Compte más conocidas hasta ahora. A estos materiales, hay que añadir el trabajo de Compte como diseñador de exposiciones, desconocido hasta ahora, del que aquí se ofrece una primera información. Aquí se tratará de ofrecer una visión global de estos trabajos, y de situarlos en el contexto internacional marcado por el debate en torno a los usos periodísticos o documentales de la fotografía, y de su inserción en proyectos de publicidad y propaganda.
- 8 El punto de partida serán las obras del autor que se imprimieron en diversos medios (revistas, libros, postales) durante la guerra civil. Frente a las historias clásicas que consideran las fotografías como elementos autónomos que se pueden estudiar desde una perspectiva estética o técnica, la fotografía de Compte debe entenderse como parte de un contexto social preciso, ya que él mismo nunca se presentó como un “autor” (ni escribió textos ni realizó libros o exposiciones con su obra, que muchas veces publicó sin firmar). Por eso, no parece adecuado considerar sus fotografías como objetos únicos en la tradición de la historia del arte, sino más bien en el contexto de sus medios de difusión: la página impresa, donde se insertan en una secuencia de imágenes, y se relacionan con un texto y con el discurso del propio medio.<sup>4</sup> La historia de la fotografía impresa constituye toda una corriente de la investigación reciente, y ha revelado una historia de la fotografía hasta ahora desconocida, en la que autores importantes en otros ámbitos no están presentes, mientras que otros han salido a la luz. José Compte es un ejemplo claro de estos nuevos autores que han surgido al revisar los medios impresos durante la guerra civil española.

## 1. *Documento nacional*: el archivo de la guerra

- 9 Ridruejo recuerda con estas palabras su llegada a la Dirección General de Propaganda, a comienzos de 1938: “Quedaban unas pocas personas, seguramente útiles, pero poco acomodadas al esquema que yo me había hecho. Así, por ejemplo, vegetó algún tiempo a mi lado, como alma en pena con cometido incierto, el comandante Moreno Torres, que me había precedido en la jefatura de los servicios” (Ridruejo, 1976: 132). A continuación, describe brevemente la trayectoria de Moreno Torres, y añade: “Bajo su dirección

funcionaba una curiosa pareja catalana: el técnico de publicidad Antonio Rivière –de una relevante familia industrial–<sup>5</sup> y el fotógrafo Compte, que era un artista excelente. Ambos preparaban publicaciones y campañas, y tardé algún tiempo en poder acomodarlos al nuevo plan de trabajo”. En la misma línea, Pedro Laín Entralgo (1976: 230), evoca, entre quienes rodeaban a Ridruejo, a “los catalanes, germinal expresión, por el costado regional, de la sincera y fallida voluntad asuntiva y superadora de Dionisio y todos nosotros: Ignacio Agustí, José Vergés, el fotógrafo José Compte...”.

- 10 Así, siguiendo a Ridruejo, parece que la obra de Compte durante la guerra se puede dividir en dos etapas, marcadas por la evolución administrativa de la España franquista. No hay muchos datos sobre el trabajo de Compte durante el primer periodo, bajo el mando de Moreno Torres. La revista *Destino* (3 diciembre 1938), sin embargo, ofrece una noticia interesante: el Jalifa de Marruecos acaba de otorgar a Antonio Rivière y José Compte la Orden de la Mehadauía. Con este motivo, Compte tuvo la oportunidad de realizar una serie fotográfica sobre el Jalifa, reproducida por la misma revista *Destino* (14 octubre 1939), que la recoge como “homenaje a la amistad y fidelidad de su pueblo, demostrada con sangre en la reciente guerra de liberación”. El motivo de este reconocimiento es la exposición del *Documento Nacional*, que había recorrido diversas capitales de la España franquista para acabar su gira en Marruecos.
- 11 Esta exposición, pomposamente llamada del *Cortejo brillante de los pensamientos, los dolores y las reconquistas de España*, es una muestra móvil compuesta de imágenes de archivo, fundamentalmente fotografías, que pretende ofrecer evidencias sobre lo sucedido durante la guerra. “España se detiene un punto en su esfuerzo gigantesco para exhibir al mundo, aunque en minúscula proporción, una suma de sus pasos y hechos a través de un año de firme caminar”, escriben los organizadores (*ABC*, 7 noviembre 1937).
- 12 El *Documento nacional* circula por diversos lugares de la España franquista: en el otoño de 1937 está en San Sebastián, en enero de 1938 en Zaragoza, en mayo en Jerez y en verano viaja a Vigo.<sup>6</sup> También se publica un pequeño catálogo (Rivière, 1938), en cuyos créditos se indica: “dibujó y compaginó A. Rivière”, quien en otros documentos aparece como “Jefe” de la exposición.<sup>7</sup> Según indica la prensa, esta exposición sirve como recordatorio en mitad de la paz de la España franquista. “La tranquilidad es tan grande que puede uno hacerse la pregunta de si la guerra ha terminado”, comenta *ABC* (16 enero 1938), que añade inmediatamente: “En Zaragoza se ha clausurado hoy la Exposición del Documento Nacional, que estuvo abierta doce días y por la que desfilaron miles de personas”. La asistencia a la exposición se promueve desde las instancias oficiales, pues permite visualizar la historia reciente de España. “Todo el mundo debe ver por sí, porque más prosélitos hacen un ‘yo he visto...’ que muchos ‘a mí me han contado...’. Y respecto a los marxistas, no se acaba de contar, siempre, aunque los ojos sufran, hay cosas que ver” (*ABC*, 1 febrero 1938).<sup>8</sup>



Imagen 1 – Exposición del Documento Nacional, Salamanca, noviembre de 1937. Biblioteca Nacional de España, GC, caja 6/5/17



Imagen 2 – Exposición del Documento Nacional, Salamanca, noviembre de 1937. Biblioteca Nacional de España, GC, caja 6/5/23

- 13 La exposición se divide en dos partes claramente diferenciadas. La primera es “un grito de triunfo”, articulado en varias partes: un elogio a la labor de los Ejércitos de mar, aire y tierra, la reconstrucción del campo y la industria, fechas gloriosas del movimiento. Cada uno de estos temas está representado mediante un panel que contiene un pequeño texto y

una fotografía, a veces más documental y otras más centrada en la forma, con composiciones diagonales y otros recursos típicos de la fotografía moderna. Las imágenes pretenden ser “demostraciones gráficas del entusiasmo en la zona liberada”. Un periodista destaca una foto donde “se ve la plaza de Salamanca llena de patriotas y una reproducción grande del Caudillo con los generales, hábilmente combinada con los emblemas de las organizaciones de Falange y Requeté” (ABC, 4 febrero 1938). Otros paneles indican cifras sobre la producción industrial o agrícola de la España nacional. Y, por último, se añade una lista de las fechas de la Historia Imperial, desde el nacimiento de Isabel la Católica a la publicación del Quijote. En medio, “un río de grandezas: el Descubrimiento, El Cano, Pavía, Hernán Cortés, Lepanto...”. La conclusión se presenta como evidente: “el espíritu inmortal de esta raza que hoy está en pie”.

- 14 La segunda parte, de carácter negativo, consiste en seis pancartas tituladas *Vista al frente rojo*, que “contienen 200 pruebas fotográficas de las ferocidades marxistas, con su acompañamiento de crímenes en masa, saqueos y toda clase de depravaciones” (ABC, 4 febrero 1938). Aquí, en lugar de una fotografía icónica, se incluye un panel con varias filas de imágenes que documentan el tema planteado en el título de la parte superior: bombardeos, destrucción, libertad, etc. Se conforma, así, todo un archivo de ciudades bombardeadas, cadáveres profanados, templos saqueados e instrumentos de tortura, junto a lugares emblemáticos como el Alcázar de Toledo o el Cerro de los Ángeles, con su Cristo fusilado. “Produce horror el examen de los documentos”, indica un comentario de prensa (ABC, 7 noviembre 1937).
- 15 Esta parte “negativa” de la exposición coincide, básicamente, con lo que entonces se denominaba “propaganda de atrocidades”, un método consistente en atribuir al bando enemigo todo tipo de crímenes y destrozos, acompañados de imágenes muy explícitas que se presentan como pruebas “evidentes” de lo sucedido. Este tipo de recursos –escribía Arthur Koestler durante la guerra (1938: 136) – han “resultado siempre un sostén eficaz en momentos en que era esencial evitar las discusiones políticas y justificar los propios actos terroristas denunciando los cometidos por el otro bando”. Aunque la fiabilidad de los “documentos” presentados resulte dudosa, se pueden seguir usando con el sencillo argumento de que una vez conocida la “verdad general”, los detalles “no tienen importancia” (Koestler, 1974: 43).
- 16 De este modo, parece que la actividad fundamental de Rivière y Compte durante el primer año de la guerra fue la confección de un archivo de imágenes que serviría para crear una narración sobre la guerra civil basada en la “evidencia” de los documentos. Una experiencia de montaje y secuenciación que luego se aplicará a otro tipo de publicaciones.

## 2. La belleza de la guerra

- 17 Hasta aquí, Compte ha aparecido como responsable de una campaña de información gráfica en la retaguardia franquista. A partir de un momento dado empieza a trabajar también como fotógrafo y sus imágenes aparecen en la prensa. Esto se produce en el otoño de 1938; es decir, cuando ya se encuentra bajo el mando de Ridruejo, que posiblemente decidió sacar más partido a este “excelente artista”.



Imagen 3 – Compal, *Homenaje al glorioso ejército liberador*, 1938. Museo Universidad de Navarra

- 18 La primera serie conocida de Compte es una colección de fotografías de soldados del ejército de Franco, en composiciones dinámicas y claramente posadas, pues la limpieza y el orden imperan en todas ellas. Esta serie se difunde en formato postal, en una colección titulada *Homenaje al glorioso ejército liberador*, y firmada por Compal, lo que indica que Palatchi seguía trabajando con Compte en esas fechas. Algunas de las imágenes de esta colección aparecen también en diversos números de la revista *Vértice* a lo largo del otoño de 1938 y la primavera de 1939.
- 19 Las primeras fotografías firmadas exclusivamente por Compte (sin referencia a Compal) aparecen en el número de *Vértice* de septiembre de 1938. La primera de ellas muestra, en primer plano, a un soldado que en su mano izquierda sostiene un arma. Al fondo, otro soldado aparece desenfocado. No hay ninguna información de contexto: no hay un pie de foto que indique un lugar ni un momento, ni la propia imagen ofrece nada más que la propia imagen de los soldados, sus uniformes, sus cascos, y sus armas. El punto de vista es extremo: de abajo arriba, marcando un primer plano en el que todo el contexto queda eliminado. Siguen otras cinco imágenes similares: otro primer plano de un soldado que apunta con su fusil; otro, encuadrado a través de las ruedas de un cañón; un grupo que carga un cañón, visto en un encuadre que subraya un punto de vista diagonal muy marcado, que vuelve a eliminar cualquier contexto.

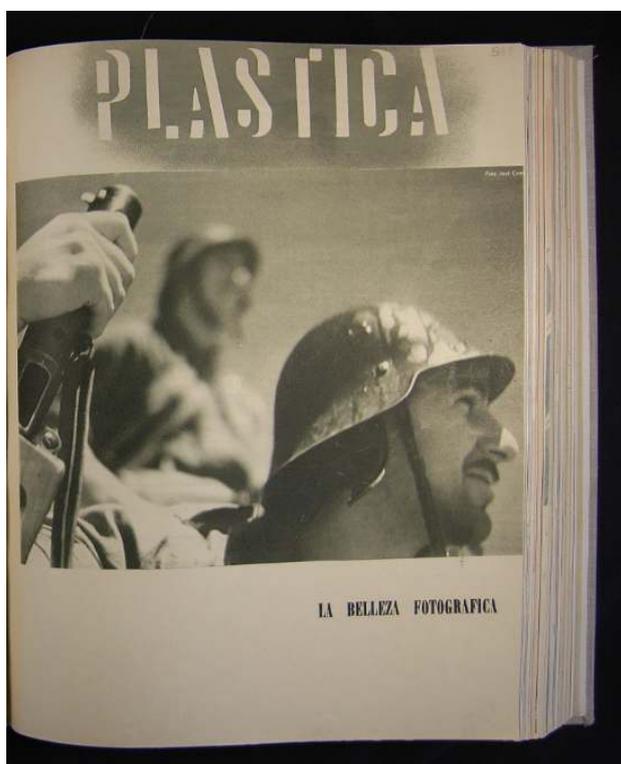


Imagen 4 – *Vértice*, 14, septiembre 1938, fotografías José Compte. Biblioteca de la Universidad de Navarra.

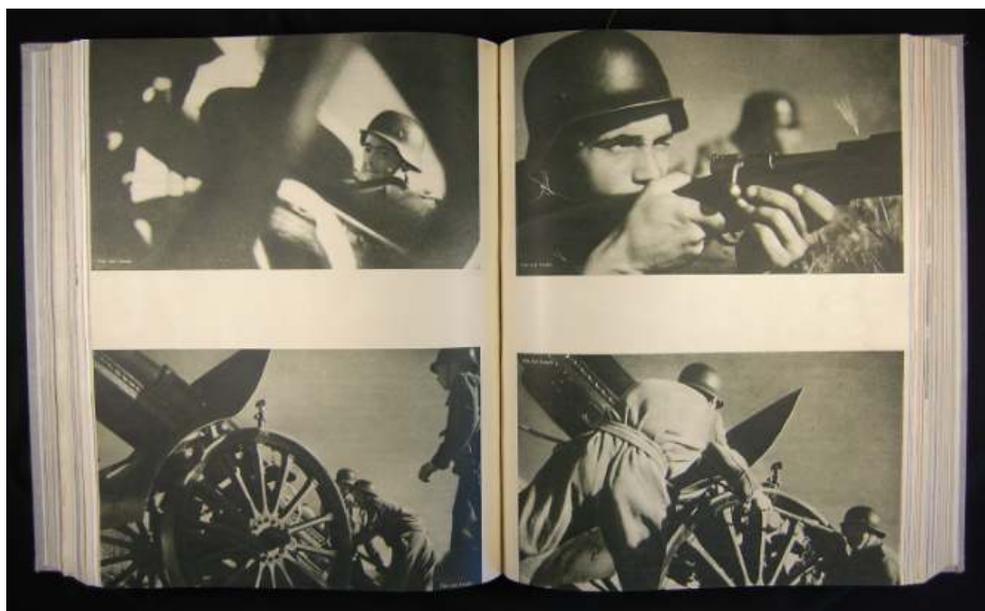


Imagen 5 – *Vértice*, 14, septiembre 1938, fotografías José Compte. Biblioteca de la Universidad de Navarra.

- 20 La inclusión de un reportaje de este tipo en *Vértice* resulta interesante por varios motivos. Uno de ellos es la decisión de incluir imágenes que no tienen ningún valor “informativo”: no están ligadas a hechos concretos, y, por su composición, muestran una escena tan fragmentada que difícilmente se puede vincular a un contexto más amplio. Esto se ve claramente si se comparan las imágenes de Compte con otros reportajes más “periodísticos”. Por ejemplo, en el siguiente número de *Vértice* (15, octubre 1938), se

incluye una serie de imágenes de Antonio Calvache, realizadas en el frente y llenas de “defectos”, como el desenfoque que aumenta la sensación de estar en medio de la escena, como le gustaba a Robert Capa. Frente a esta sensación de inmediatez, las fotografías de Compte, más que escenas reales, muestran poses teatrales muy estudiadas que, en el contexto de la revista, no ilustran ninguna noticia, sino que se incluyen en una sección titulada “Plástica: la belleza fotográfica”. En otros números de *Vértice*, esta sección se había ocupado con fotografías provenientes de anuarios internacionales, que no tienen nada que ver con la guerra, sino que ofrecen imágenes interesantes desde el punto de vista plástico.<sup>9</sup> La incorporación a la revista de un fotógrafo publicitario bien conocido como Compte permitiría llevar esta sección hacia una producción más ligada al contexto bélico, sin abandonar el interés formal.

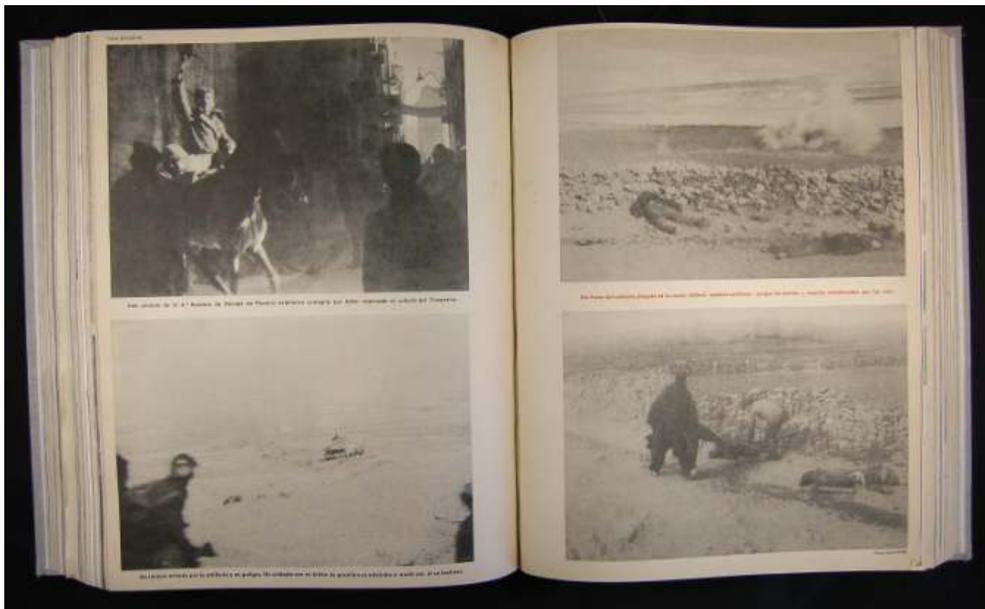


Imagen 6 – *Vértice*, 15, octubre 1938, fotografías Antonio Calvache. Biblioteca de la Universidad de Navarra.



Imagen 7 – *Vértice*, 15, octubre 1938, fotografías José Compte. Biblioteca de la Universidad de Navarra.

- 21 Esto se podría explicar por la lógica interna de la propia publicación: *Vértice* era una revista de gran formato y ampliamente ilustrada, de contenidos entre intelectuales y mundanos (actualidad, pero también plástica, bellezas fotográficas, colaboraciones literarias, modas, decoración y otros temas que iban desde la botánica a la vida animal). Dentro del “Plan nacional de prensa” elaborado por la Jefatura de Propaganda de Falange, *Vértice* debía ser una publicación de calidad, según el modelo francés de *L’Illustration*, mientras que el semanario *Fotos* sería la publicación dirigida a un público más popular y extenso.<sup>10</sup>
- 22 A algunos, una revista tan lujosa en el contexto de la guerra les parecía algo frívolo. Inmediatamente llegaron las críticas, referidas a que “*Vértice* contenía pocas páginas de guerra y que su tono general pecaba de cierta frivolidad, de escasez de texto y abundancia de fotografías” (*Vértice*, 2 mayo 1937). A lo que la revista contestó aludiendo al contexto del mencionado “plan nacional de prensa”: “Conviene tener en cuenta que esta revista cumple una misión concreta y bien centrada en la órbita de la prensa y de la 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 y 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 que se vive en la retaguardia de la España de Franco”. Otros contenidos (como “la misión de adoctrinamiento, la de recoger de un modo exclusivo la vibración bélica, la de trazar nuevas orientaciones y directrices sobre los problemas de la economía nacional, etc., etc.”) están convenientemente tratados por los otros medios que componen la “perfecta arquitectura” de “las publicaciones editadas por la Delegación Nacional de Prensa y Propaganda de la Falange, cuyo equilibrio no puede ni debe romperse” (*Vértice*, 2, mayo 1937). Cabría pensar, en este contexto, que la incorporación de Compte como fotógrafo pudo responder a este motivo: generar unos contenidos gráficos modernos e interesantes desde el punto de vista plástico, de acuerdo con la calidad que pretendía mantener *Vértice*, y que, al mismo tiempo, reflejaran el heroísmo bélico que pedían los lectores.
- 23 El tema fundamental de estas fotografías de Compte, podría decirse, no es un acontecimiento específico del conflicto, sino una idea más general: “la gran belleza, el gran poder, la majestad de la guerra”, por emplear las palabras de Álvaro Cunqueiro recogidas en *Vértice* (19, febrero 1939). “La vocación militar del español es vocación perpetua”, debido fundamentalmente al carácter rural del país, que genera “virtudes de sobriedad y humildad”, añade Cunqueiro, cuyo texto va acompañado de ilustraciones de Teodoro Delgado que muestran soldados con cañones y tanques, asomados a una colina o en una caminata invernal. Las fotografías de Compte conectan, hasta cierto punto, con esta estética. Pero también son muy distintas: en ellas, los soldados aparecen fragmentados y descontextualizados, y los elementos metálicos de cascos y armas tienen un protagonismo absoluto. Este énfasis en la tecnología lleva la tradicional épica de la guerra al más moderno “culto a la máquina” del que se venía hablando desde hacía años (Roh, 1927: 126). “Pájaros de acero y bocas de fuego que, desde hace meses, cantan la sinfonía guerrera de la Nueva España”, decía, con retórica futurista, el primer número de *Vértice*.
- 24 Así, las imágenes de Compte contribuirían a forjar un determinado imaginario en el bando franquista. Una imagen muy distinta de la que ofrecían los milicianos republicanos, cuyas fotografías se difundieron ampliamente en la prensa internacional, reforzando el “mito” del pueblo de hombres heroicos, generosos y valientes que salen a la calle a

defender su libertad (según la lectura que propone Caroline Brothers, 1997: 35-36).<sup>11</sup> Frente a esta idea popular y espontánea, los soldados de Compte están perfectamente equipados y desempeñan con frialdad técnica los trabajos bélicos.

- 25 Desde esta primera publicación de imágenes de Compte, en septiembre de 1938, hasta el final de la guerra se incluyeron imágenes de este tipo en todos los números de la *Vértice*. En el número siguiente (15, octubre 1938) se publicaron otras similares, con títulos más o menos vagos, que pretendían ser más sugerentes que informativos: “nadie sabe lo que va en un disparo”, “la hora de las cuentas artilleras”... En esta ocasión, las fotografías ocupan una sección llamada “De la guerra”, en la que imágenes más interesantes desde el punto de vista formal que informativo ofrecían una imagen idealizada de una guerra que muchos daban ya por ganada. El texto que las acompañaba al principio, de hecho, iba en esa línea, describiendo las victorias franquistas en el frente del Ebro. Un número más tarde (16, noviembre 1938), vuelve a aparecer una imagen de un grupo de soldados en una diagonal muy marcada que tratan de hacer funcionar y vehículo. Y, en el siguiente (17, diciembre 1938), se reproducen siete imágenes más que repiten temas y métodos fotográficos. En enero de 1939, aparece un amplio reportaje donde los mismos métodos fotográficos se aplican en un reportaje sobre “La guerra en el mar”.

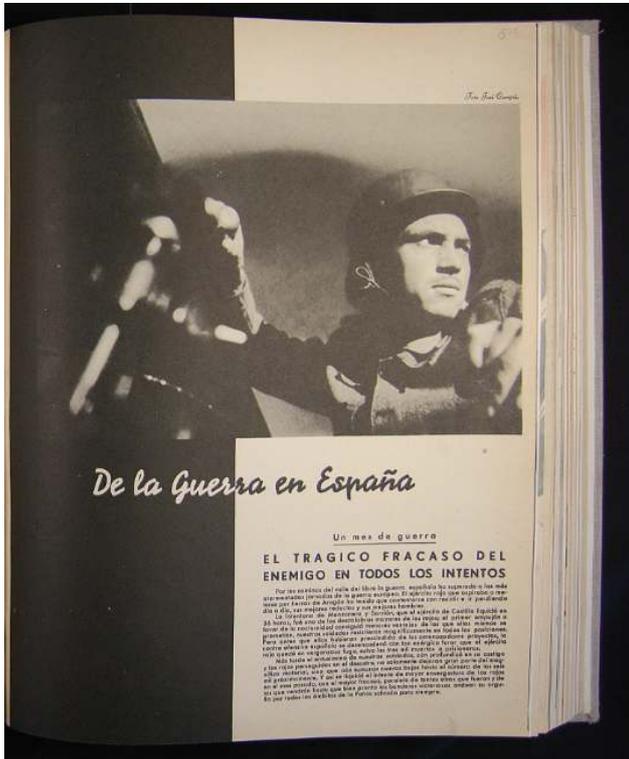


Imagen 8 – *Vértice*, 16, noviembre 1938, fotografías José Compte. Biblioteca de la Universidad de Navarra.

### 3. Las Mujeres de Falange

- 26 En diciembre de 1938, *Vértice* publica una de las series hasta ahora más conocidas de Compte: la dedicada a la “Hermandad de la ciudad y el campo”. Esta Hermandad era un grupo dependiente de la Sección Femenina de Falange, creado en 1937 para ayudar en las tareas del campo durante la guerra. En un artículo de *Vértice* (6, noviembre 1937), Alfredo

Marqueríe definiría así su misión: “Equipos de camaradas han salido de la ciudad para ayudar a los campesinos en sus tareas –en la siega, en la vendimia, en la recolección de la aceituna–. Es la hermandad de la ciudad y el campo”. Con el tiempo, sus tareas se ampliarían para dedicarse a la formación de la mujer en campos como la agricultura, la ganadería y la artesanía (Cordovilla, 2005: 4).

- 27 En *Vértice* se publican seis imágenes de Compte. La primera de ellas muestra a una mujer rubia con un cántaro vestida con el uniforme de “Hermandad de la ciudad y el campo”: mandil azul oscuro con el yugo y las flechas bordados sobre un vestido blanco. Una imagen que se identifica con el imaginario femenino del primer franquismo: la cubierta del primer número de *Y. Revista de la mujer nacional sindicalista* (1, febrero 1938),<sup>12</sup> reproduce precisamente una ilustración, obra de Teodoro Delgado, de una mujer que lleva un cesto de fruta con este mismo uniforme. Sin embargo, hay una diferencia: la mujer de la ilustración de *Y* es robusta y morena, mientras que la que muestra la imagen de Compte tiene un aspecto urbano y más bien nórdico. Así lo explica el pie de foto de *Vértice*: “Esta muchacha de la ciudad ha traído a las labores sus deliciosas maneras urbanas. Vedla aquí: su sonrisa se equilibra con las dos púas de la horca. El cántaro panzudo apoya sobre su cadera una gracia centrada y dulce”.



Imagen 9 – *Vértice*, 17, diciembre 1938, fotografías José Compte. Biblioteca de la Universidad de Navarra.

- 28 Siguen cinco imágenes más en las que se completa el grupo femenino y, de vez en cuando, se suman algunos personajes más: un carro con sus bueyes y boyeros en “Hacia nuevos horizontes”, un perro en “Portadoras alegres de la paz”, y un niño para “Muchachas de Falange, madres del mañana”. Todas son igualmente teatrales, y se podrían comparar con un rodaje publicitario: puntos de vista extremos, fragmentación y descontextualización, desaparición de la línea del horizonte. Aunque esta vez no se celebra la “belleza del acero”, sino el campo y la madera. Una contraposición que indica bien los papeles que se

asignan al hombre y a la mujer: basta ver la diferencia de diseño gráfico entre *Vértice*, con su tipografía moderna y sus composiciones dinámicas, y el historicismo tipográfico de *Y*, para comprobar la diferencia en el tratamiento de los temas masculinos y femeninos en la prensa franquista (Rosón, 2016: 32). La serie de la “Hermandad de la ciudad y el campo” tiene una amplia difusión, pues se edita también en formato postal, donde la serie se amplía hasta doce fotografías, con una secuencia clara y breves textos que indican el sentido de las imágenes. Entre las fotografías que se añaden, están algunas de las que tienen un carácter más oficial, como el retrato de Pilar Primo de Rivera, que parece estar hecho en la misma sesión del reportaje que Compte dedica a la reunión del Consejo Nacional de la Sección Femenina en la revista *Y* (1 febrero 1939).



Imagen 10 – *Vértice*, 17, diciembre 1938, fotografías José Compte. Biblioteca de la Universidad de Navarra.

- 29 Para quienes solo ven el campo “desde la ventanilla de un tren” o “en el ocio de unas vacaciones como las que prometen ciertos reclamos publicitarios”, indicaba Alfredo Marquerié en el texto antes citado, “el campo tiene inevitablemente un sentido falso y teatral”. Las fotografías de Compte reflejan perfectamente esta versión teatral de la vida campestre. Jordana Mendelson (2005: 180) las interpreta como “la escenificación de una retaguardia feliz, libre de conflictos sociales”. Por su parte, Horacio Fernández (2014: 122) las ve como una ilustración libre de “Los 18 puntos de la mujer de Falange”, una serie de mandamientos que se difundieron en libros y carteles de la época. En algunos casos, encuentra paralelismos concretos, como la foto titulada “Por España, adelante...”, que se puede vincular con el punto once: “Procura ser tú siempre la rueda del carro”. Pero también hay disonancias: las mujeres de Compte resultan tan artificiosas que parecen paródicas. Quizás haya hasta humor en imágenes como “Vanguardia de la paz”, donde las mujeres desfilan con los instrumentos de trabajo al hombro en lo que parece una contraimagen de las milicianas republicanas, tan difundidas durante la guerra.

## 4. El debate sobre los puntos de vista fotográficos

- 30 Independientemente de sus contenidos, lo más característico de las fotografías de Compte es su punto de vista extremo, muchas veces bajo y con un encuadre en diagonal, que da un aspecto monumental a los objetos que fotografía. Un procedimiento que podría atribuirse a la experiencia de la fotografía publicitaria y sus métodos, que en realidad son los de la fotografía moderna, que se aplica sin problemas al reportaje periodístico, la publicidad comercial o la propaganda política. Por eso, se puede definir la fotografía publicitaria como “un metagénero de la nueva fotografía –sin diferencia aparente en el empleo de recursos técnicos, juegos lumínicos, compositivos, de superposición o transparencias y poéticos–, que no se limita a captar un mundo bello, sino que despierta el deseo de su posesión” (Robles, 2012: 238).
- 31 La búsqueda de nuevos puntos de vista es, en realidad, una de las exploraciones fundamentales de la fotografía de vanguardia, y se da simultáneamente en diversos lugares. Existen, así, determinados tópicos modernos, como las imágenes de elementos industriales captados desde un ángulo extremo, que deforman y monumentalizan al mismo tiempo. Albert Renger Patzsch, por ejemplo, tiene varias imágenes semejantes, que provocaron que algunos acusaran de plagio a Alexandr Rodchenko. “La *Chimenea* de A. Renger-Patzsch y mi *Árbol*, tomadas desde abajo hacia arriba, son muy parecidas”, escribió Rodchenko al estallar la polémica, en 1928. “Pero entonces, ¿no resulta claro al fotógrafo ni a la redacción que soy yo quien se ha propuesto esta similitud? [...]. Cuando yo muestro un árbol fotografiado de abajo hacia arriba, que resulta similar a un objeto industrial, estoy produciendo una revolución en el ojo del pequeñoburgués y del viejo amante del paisaje” (Lavrentiev, 2005: 206).
- 32 En opinión de Rodchenko, los fotógrafos modernos deberían renovar la cultura visual de su tiempo, buscando puntos de vista distintos de los habituales en las composiciones clásicas de la pintura europea: básicamente, el punto de vista “desde el ombligo”, que marca una composición centrada y simétrica. Buscar nuevos puntos de vista llevaría a ver las cosas de un modo nuevo, a arrancar el velo de los ojos habituados a un modo de ver puramente rutinario. Por eso, Rodchenko defendía que “los puntos de vista más interesantes hoy son los de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba”. Al comprobar la similitud de estas imágenes con la de otros autores europeos, los redactores de *Sovetskoe foto* le acusarían de plagio y, lo que en la Unión Soviética era aún peor, de cosmopolitismo. A lo que Rodchenko respondería tajantemente: “Solo un ignorante puede pensar que los puntos de vista tienen propietarios” (Lavrentiev, 2005: 204).
- 33 En los años treinta, que los encuadres fotográficos no tienen dueño era algo evidente. Como ha mostrado Wolfgang Kemp (1978: 51-101), el debate sobre los nuevos puntos de vista de los años veinte no es un fenómeno aislado, sino que debería vincularse con algunos trabajos de los fotógrafos del grupo de *Camera Work* a comienzos de siglo, y con los puntos de vista extremos de algunas pinturas de Edgar Degas en las últimas décadas del siglo XIX. En cualquier caso, para lo que resulta lo más interesante es la deriva que tendrán estos planteamientos. Margarita Tupitsyn (1996: 127-174) ha descrito cómo la experimentación con los puntos de vista extremos, la fragmentación y la discontinuidad en la representación a los que se refería Rodchenko a finales de los años veinte, dio paso, en la década siguiente, a las nuevas “composiciones sintéticas”, más orgánicas y apropiadas a las grandes publicaciones de la propaganda estalinista. Un proceso que se

puede describir sintéticamente como el paso de la “factografía” a la “mitografía” (Tupitsyn, 1994: 208). Este nuevo estilo de “fotografía artística monumental”, del que hablaba la crítica soviética, tendrá una difusión muy amplia en publicaciones como la revista *URSS en construcción*, que muestra de modo ejemplar “la transición hacia el realismo socialista y la persistencia de una experimentación visual vanguardista” (Wolf, 2006). En los años siguientes, se pueden encontrar muchos ecos de este modelo en lugares muy distintos: el mismo aspecto monumental que tienen los soldados soviéticos en el número de febrero de 1933 de *URSS en construcción*, diseñado por El Lissitzky, reaparece en los soldados portugueses del álbum *Portugal 1934*, o en los alemanes en el catálogo diseñado por Herbert Bayer para la *Deutschland Ausstellung* de 1936 (que, por cierto, también incluye imágenes de chimeneas como las de Renger-Patzsch y Rodchenko).<sup>13</sup> Estos modelos –como señala el mismo Rodchenko– se difundieron ampliamente a través de libros y revistas, y tuvieron una amplia difusión. De hecho, en el contexto español, Jordana Mendelson (2005: 159) ha vinculado algunas obras de Josep Renau con el modelo “mitográfico”. Y también pueden encontrarse ejemplos en las páginas de *Vértice*.

- 34 A nivel teórico, argumentos parecidos a los de Rodchenko aparecen desarrollados en un artículo sobre “La fotografía como elemento publicitario” aparecido en 1932, donde Català Pic dice: “Hemos descubierto bellezas sorprendentes, enfocando con nuestros objetivos fotográficos los objetos desde posiciones inusuales” (2015: 39). Esto no solo es un método de exploración formal, sino un procedimiento que podría tener una aplicación funcional inmediata. “Cuando el fotógrafo sabe aprovechar estos elementos expresivos para conferir a la realidad un sentimiento estético, está haciendo arte. Y el arte fotográfico es un factor imprescindible en la propaganda comercial moderna” (2015: 40).
- 35 Compte, que había empleado estos recursos en su trabajo como publicista en los años treinta, los aplicaría luego a la propaganda de guerra, donde los puntos de vista extremos, la descontextualización o la monumentalización de sus motivos, se pueden usar por igual en los temas bélicos o en las actividades femeninas de la retaguardia. Desarrolló, así, un tipo de reportaje en el que lo interesante no es tanto la capacidad informativa como la pura plástica aplicada a los temas bélicos.

## 5. Compte “foto-montador”: fotolibros de guerra

- 36 En los últimos meses de la guerra, Compte sigue publicando en *Vértice*. En febrero de 1939 realiza la cubierta de *Vértice*, un espectacular fotomontaje que muestra a los soldados del frente junto a Franco ejerciendo de estratega, con un mapa de Cataluña superpuesto que alude a la situación de la guerra.<sup>14</sup> Al mes siguiente aparece ya como fotógrafo del Desfile de la Victoria, con imágenes de Franco y de la aviación, donde incluye un montaje de la cabeza monumental de un aviador recortada sobre el fondo del cielo que recuerda algunas composiciones aparecidas en el número de mayo de 1938 de *URSS en construcción* (una revista de gran tirada, que por esas fechas ya contaba con edición en español). En números siguientes todavía aparecen otros reportajes sobre temas diversos. En el número 21 (abril de 1939), dos imágenes de cristos en primerísimos planos ilustran un reportaje sobre “La recuperación de nuestro patrimonio artístico”, en un gesto que parece ser una contraimagen de los cristos mutilados que habían aparecido tantas veces durante la guerra (por ejemplo, ilustrando el poema de Paul Claudel, “A los mártires españoles”, *Vértice*, 9, abril 1938).

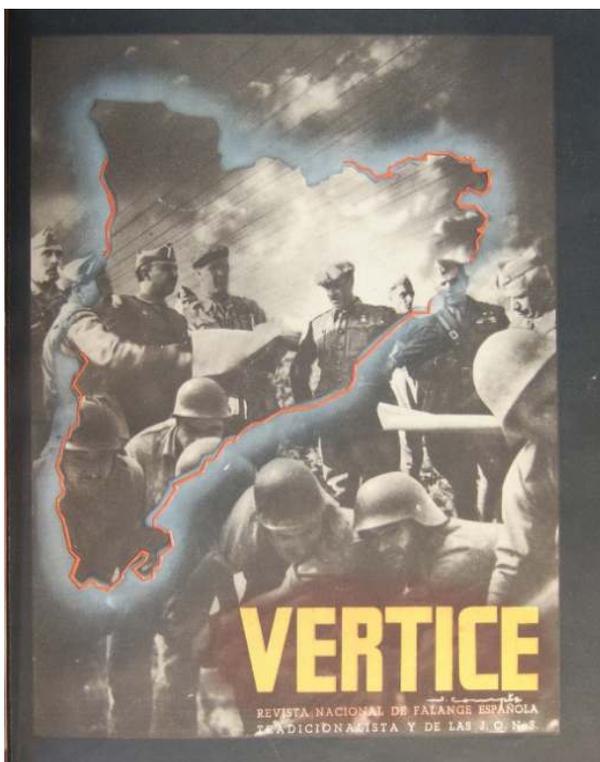


Imagen 11 – *Vértice*, 19, febrero 1939, fotomontaje José Compte. Biblioteca de la Universidad de Navarra.



Imagen 12 – *Vértice*, 20, marzo 1939, fotografías José Compte. Biblioteca de la Universidad de Navarra.

- 37 En el mismo mes de abril de 1939 sale a la luz *El Alcázar*, un pequeño fotolibro cuyo “fotomontaje” está firmado por J. Compte.<sup>15</sup> El texto, anónimo, cuenta la historia de la resistencia de un grupo de soldados franquistas asediados en el Alcázar toledano en el verano de 1936, uno de los episodios emblemáticos de los comienzos de la guerra, muy explotado por la propaganda franquista. La secuencia de imágenes, que seguramente es lo

que hace Compte, no puede seguir el relato, puesto que todas las fotografías son necesariamente posteriores a los acontecimientos, salvo las primeras, que muestran el edificio del Alcázar aún en pie. La mayoría de las fotografías se publican completas, aunque a veces se añaden otros recursos: imágenes publicadas en diagonal, u recortadas de modo que se superponen a otras.

- 38 Todo el libro de *El Alcázar* está dedicado a la “propaganda de atrocidades”, aunque en este caso las ruinas no hablan solo de “barbarie”, sino también del heroísmo legendario que se atribuye a los que resistieron allí. Así lo explicaba Agustín de Foxá en primer número de *Vértice* (abril 1938): “Ya está Toledo derruido; es decir edificado”. En una retórica futurista, Foxá defiende estas ruinas como prueba de la existencia de una “España varonil”, que tiene vida más allá de los museos, las ruinas del pasado y las visiones pintorescas de los visitantes extranjeros. “Eran ya muchos años de vistas panorámicas, demasiados kodaks turísticos contra la arquitectura militar de nuestros alcázares, excesivas palomas pacíficas en la cornisa de nuestros palacios”. La España en ruinas de la guerra sería un país pobre y destruido, pero “rico en Espíritu”. Y efectivamente, el gobierno de Franco se esforzaría por convertir el Alcázar en “un destino turístico, lugar de memoria y museo” (Basilio, 2013: 191).

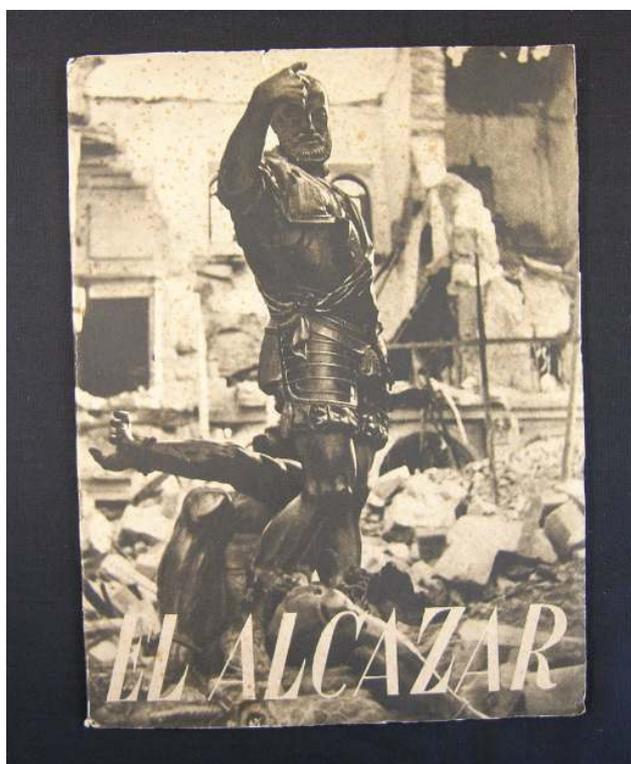


Imagen 13 – *El Alcázar*, Bilbao, Editora Nacional, 1939. “Foto-montaje” José Compte. Colección particular.

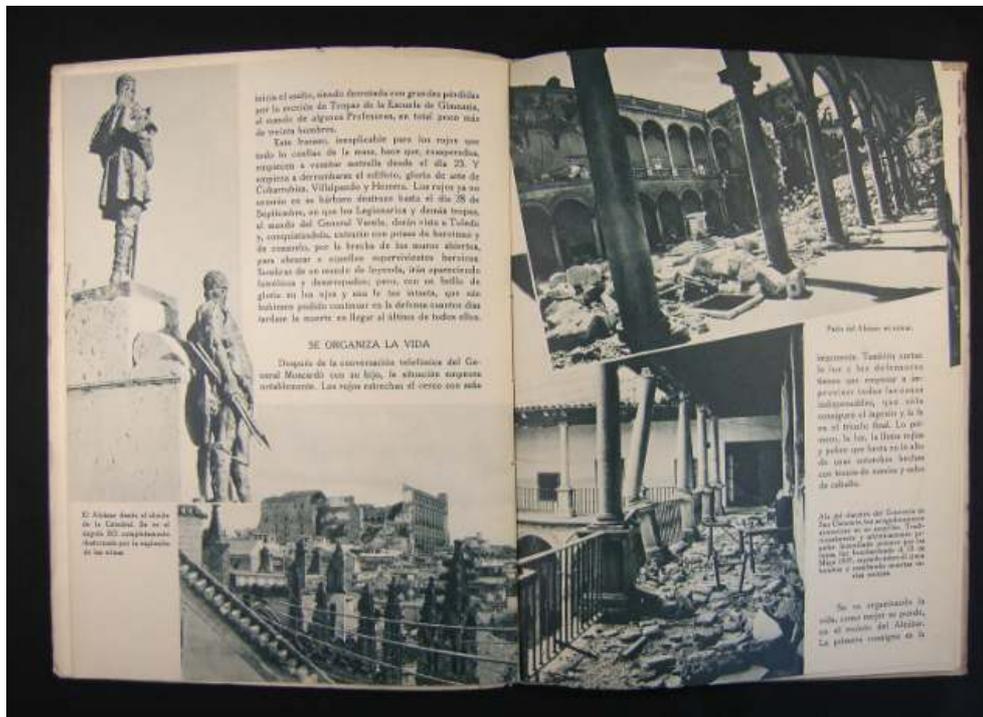


Imagen 14 – *El Alcázar*, Bilbao, Editora Nacional, 1939 “Foto-montaje” José Compte. Colección particular.

- 39 Existe otro libro del Servicio Nacional de Propaganda vinculado a Compte, del que no se conoce la fecha exacta de publicación, aunque se puede suponer que fue en 1938. *Adelante!! España libre* es un libro compuesto fundamentalmente de fotografías y algunos textos muy breves que cuenta la historia de la guerra desde el bando franquista. La cubierta muestra, en la parte superior, la fotografía de las piernas de un soldado que camina sobre una alambrada, casi pisando las letras del título. La fragmentación y dinamismo de la imagen recuerdan a Compte, aunque su nombre no aparece en ningún momento. Siguen varias páginas dedicadas a la “devastación marxista”, con imágenes de ruinas y un texto corrido que continúa de una página a otra. Este preámbulo de “atrocidades” trata de justificar por qué “España se levantó en armas”. Se da paso así a la exaltación de los ejércitos de tierra, mar y aire, hasta llegar a una página central donde se reconoce el mismo estilo de las fotografías de Compte aparecidas en *Vértice* durante el otoño de 1938: primeros planos de soldados, vistos desde abajo, en primerísimos planos y en encuadres oblicuos, con textos que hablan del heroísmo de los españoles, que “mueren antes de entregarse”. La parte final es una exaltación de la retaguardia, con imágenes de arados, edificios industriales y campos cultivados, niños atendidos por el Auxilio Social y patriotas saludando a la romana, vistos en ángulos extremos. La última imagen muestra a la multitud en la plaza mayor de Salamanca “participando en masa en las manifestaciones patrióticas”. Por último, la contracubierta incluye otra de las imágenes de Compte aparecidas en *Vértice*.<sup>16</sup>
- 40 Varios de los temas de los que trata *Adelante!!* coinciden con bastante exactitud con los que interesaban al *Documento nacional*: la parte “negativa” dedicada a la destrucción, la exaltación de los tres ejércitos o la multitud de “patriotas” en Salamanca. Lo mismo ocurre con *El Alcázar*, que es uno de los temas que se mencionan explícitamente en el *Documento*. Aquí se puede ver cómo el trabajo de archivo realizado por Compte y Rivière

en 1937 tiene su continuación en forma de libros que cuentan la historia de la guerra desde el punto de vista de los vencedores.

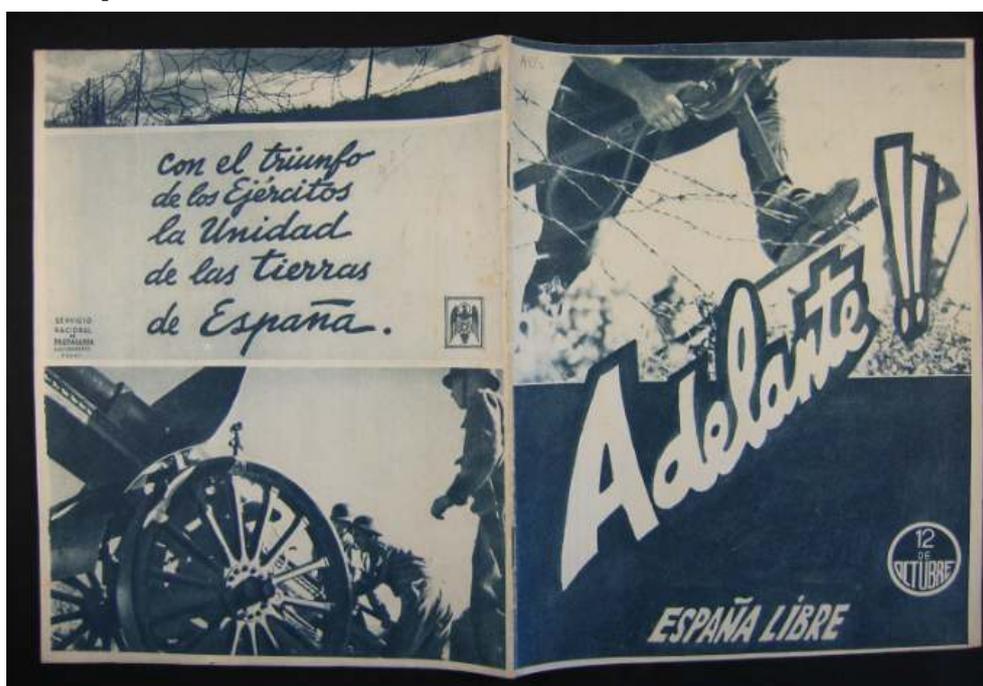


Imagen 15 – *Adelante!! España libre*, [Bilbao], Servicio Nacional de Propaganda, 1938. Fotografías José Compte. Colección particular.



Imagen 16 – *Adelante!! España libre*, [Bilbao], Servicio Nacional de Propaganda, 1938. Fotografías José Compte. Colección particular.

## 6. Publicidad y mitografía

- 41 En los últimos días de la guerra, Compte aparece ya como “Jefe de la sección de fotografía” dentro del Departamento de Plástica del Servicio Nacional de Propaganda. Desde esta posición, se encarga de requisar los archivos que se encuentran en el territorio conquistado por los sublevados, entre ellos, el de Agustí Centelles, según indica un documento fechado el 13 de marzo de 1939 en el que el propio Compte urge a “entregar lo que falta del archivo fotográfico del Sr. Centelles que interesa a esta sección” (Berga, 2006: 28). En la prensa se habían publicado recordatorios que advertían “a todos los fotógrafos, imprentas y editoriales de Barcelona” que estaban “obligados a entregar en el plazo lo más breve posible todos los clichés montados que hayan servido para hacer propaganda, por medio de ilustraciones de libros o cualquier otro, durante la dominación roja de esta ciudad” (*Boletín Oficial de la Provincia de Barcelona*, 2, 6 febrero 1939, en Purcet y Alonso, 2014: 9). De este modo, Compte continuaría su trabajo sobre el archivo de imágenes de la guerra, como fuente desde la que se puede contar la historia.
- 42 No parece que Compte continuara mucho tiempo en estas actividades, pues en junio la prensa da la noticia que “ha reanudado sus trabajos originales y de archivo el Estudio Batllés-Compte, en Paseo de Gracia, 64. Ramón Batllés, que durante toda la Cruzada ha desarrollado sus actividades en la España liberada, obteniendo varios retratos del Caudillo y de otras personalidades, ha unido su nombre al del fotógrafo publicitario José Compte, conocidísimo por sus magníficas realizaciones del resurgimiento de la Patria, figurando al frente de uno de los departamentos nacionales de Propaganda” (*La Vanguardia*, 28 junio 1939). Por su parte, Antonio Rivière funda una empresa de publicidad y aparece en muchas publicaciones y eventos relacionados con este ámbito, pero no hay más datos de su asociación con Compte.
- 43 La nueva pareja, Batllés-Compte, firma multitud de anuncios que aparecen en periódicos y revistas, y, también, mantiene un estudio de retrato con especial éxito entre el público femenino, hasta el punto de que Compte aparece definido como en los años cincuenta “el rey de las novias” (*La Vanguardia*, 2 julio 1957). Puntualmente, también atienden otro tipo de encargos. Por ejemplo, en 1948, Compte aparece, junto a su antiguo compañero del círculo de Ridruejo, Ignacio Agustí, en un viaje para visitar a Salvador Dalí que acaba de regresar a España. El reportaje se publicará en las páginas de *Destino* (575, 14 agosto 1948), la revista que dirige el propio Agustí (Doria, 2013: 165-166).
- 44 El caso de Compte resulta, así, sintomático de las circunstancias que llevaron a toda una serie de autores a cambiar la fotografía comercial por la propaganda política. Y de cómo ésta, siendo lo más interesante de su obra, no fue, al final, más que un paréntesis, que se cerró en cuanto las circunstancias lo permitieron. La obra de Compte, vista así, es un producto circunstancial de la guerra civil. Cabría preguntarse, por eso, hasta qué punto Compte es un autor “inventado” por la historiografía reciente: él mismo nunca se presentó como tal, ni parece tener un cuerpo de obra coherente.<sup>17</sup> Por eso, parece más adecuado hablar a partir de las publicaciones, que de las imágenes “originales”, que quizás nunca existieron.
- 45 Al mismo tiempo, la obra de Compte demuestra cómo la circulación de imágenes a través de anuarios, revistas y otras publicaciones, difundió determinados modelos que se pudieron aplicar a escenarios muy distintos. Los formalistas rusos pensaban que “una nueva forma engendra un contenido nuevo” (Chklovski, 1973: 37), pero esta fórmula

resultó ser demasiado optimista, y los puntos de vista modernos de los que hablaba Rodchenko se aplicaron en contextos muy distintos, políticamente contradictorios entre sí. Así, en el periodo de entreguerras se establecería un lenguaje visual internacional, luego transformado y difundido masivamente después de la segunda guerra mundial. En el caso de España, sin embargo, esto tardaría en ocurrir. Y ya en la posguerra, *Vértice* se entregó a un estilo mucho más convencional, mientras Compte reabría el estudio para volver a su trabajo comercial. El camino de la publicidad a la propaganda era corto, pero podía hacerse también en sentido inverso.

- 46 En los trabajos de propaganda de guerra, Compte realizaría un trabajo peculiar, más abierto que el puro fotoperiodismo, y basado en la aplicación de las estrategias de la fotografía moderna que él conoce por su trabajo publicitario. Así, si las fotografías de prensa realizadas en la guerra se pueden considerar como elementos en la configuración de determinados “mitos” seculares (Brothers, 1997: 35-36), las fotografías de Compte se pueden considerar como un caso extremo de esta “mitografía”: al prescindir de la comunicación de eventos concretos, su obra acaba siendo un ejercicio publicitario al servicio de la propaganda de guerra.

---

## BIBLIOGRAFIA

- Asunche, J. Á. (1998). San Sebastián y Vértice, sede y expresión ideológico-cultural de la primera época franquista. In: *Actas de las III Jornadas de Hispanismo Filosófico. Estudios sobre Historia del Pensamiento Español*. Santander: Asociación de Hispanismo Filosófico.
- Balsells, D., & Naranjo, J. (2010). *Praha, París, Barcelona: Modernidad Fotográfica de 1918 a 1948*. Barcelona: Museu Nacional d'Art de Catalunya.
- Baqué, D. (1993). *Les Documents de la Modernité. Anthologie de Textes sur la Photographie de 1919 à 1939*. Nîmes: Jacqueline Chambon.
- Basilio, M. M. (2013). *Visual Propaganda, Exhibitions and the Spanish Civil War*. Farnham: Ashgate.
- Berga, M. (2006). *Centelles. Las Vidas de un Fotógrafo*. Barcelona: Lunweg.
- Bertrand, A. (1997). Beaumont Newhall's Photography 1839-1937. Making History. *History of Photography*, 21 (2) verano.
- Brothers, C. (1997). *War and Photography. A Cultural History*. Londres: Routledge.
- Caballero, G. (1935). *Arte y Estado*. Madrid: Gráfica Universal.
- Cadenas, V. (1975). *Actas del último Consejo Nacional de Falange Española de las J.O.N.S. (Salamanca, 18-19-IV-1937) y Algunas Noticias Referentes a la Jefatura Nacional de Prensa y Propaganda*. Madrid: Gráficas Uguina.
- Català Pic, P. (2015). *Fotografía, Arte y Publicidad*. Madrid: Casimiro.
- Chklovski, V. (1973). *La Marche du Cheval*. Paris: Éditions Champ Libre.
- Compte, J. (1939). *El Alcázar*. Bilbao: Editora Nacional.

- Compte, J. [1938]. *Adelante!! España libre*. [Bilbao]: Servicio Nacional de Propaganda.
- Cordovilla, M. (2005). La Sección Femenina en el medio rural. Los orígenes de la Hermandad de la ciudad y el campo. In: Ortiz, M. (coord.). *Memoria e Historia del Franquismo: V Encuentro de Investigadores del Franquismo*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha.
- Destino*. Barcelona San Sebastián. 1937-1946.
- Doria, S. (2013). *Ignacio Agustí, el Arbol y la Ceniza*. Barcelona: Destino.
- Entralgo, L. (1976). *Descargo de Conciencia (1930-1960)*. Barcelona: Barral.
- Fernández, H. (1999). *Fotografía Pública. Photography in Print 1919-1939*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- Fernández, H. (2014). *Fotos & Libros. España 1905-1977*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- Fineman, M. (2012). *Faking It. Manipulated Photography Before Photoshop*. Nueva York: Metropolitan Museum of Art.
- Kemp, W. (1978). Das Neue Sehen: Problemsgeschichtliches zur fotografischen Perspektive. In: *Foto-Essays zur Geschichte und Theorie der Fotografie*. München: Schirmer/Mosel.
- Koestler, A. (1938). *Testamento Español*. Buenos Aires: La Nueva España.
- Koestler, A. (1974). *La Escritura Invisible, Autobiografía*. Vol. 5. Madrid: Alianza.
- Lavrentiev, A. N. (2005). *Alexandr Rodchenko: Experiments on the Future: Diaries, Essays, Letters and other Writings*. New York: Museum of Modern Art.
- Lebeck, R., & Von Dewitz, B. (2001). *Kiosk. Eine Geschichte der Fotoreportage 1839-1973*. Steidl: Göttingen.
- Lugon, O. (1997). *La photographie en Allemagne: anthologie de textes (1929-1939)*. Nîmes: Jacqueline Chambon.
- Mainer, J. C. (1972). Recuerdo de una vocación generacional. Arte, política y literatura en *Vértice*. In: *Literatura y Pequeña Burguesía en España. (Notas 1890-1950)*. Madrid: Cuadernos para el Diálogo.
- Mendelson, J. (2005). *Documenting Spain: Artists, Exhibition Culture and the Modern Nation 1929-1939*. University Park, Pa: Pennsylvania State University Press.
- Mendelson, J. (2007). *Revistas y Guerra 1936-1939*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- Mendelson, J. (2008). *Revistas, Modernidad y Guerra*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- Parr, M., & Badger, G. (2004-2014). *The Photobook. A History*. 3 Vols. Londres: Phaidon.
- Purcet, A., & Alonso, J. (2014). Fascismo, guerra y fotografía: la mirada de la nueva España. *Girona 2014. Archivos e industrias culturales*. Girona: CRDI.
- “Quién es... Antonio Rivière”, *Arte comercial*, 32, 1951: 15.
- Ribalta, J. (2011). *El Movimiento de la Fotografía Obrera 1926-1939: Ensayos y Documentos*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- Ridruejo, D. (1976). *Casi unas Memorias*. Barcelona: Planeta.
- Rivière, A. (1938). *Documento Nacional: Ler Año Triunfal*. Jerez: Talleres Jerez Industrial.

- Robles, R. (2012). La fotografía de los años treinta de costa a costa. In: Mendelson, J. (ed.). *Encuentros con los Años '30*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- Roh, F. (1927). *Realismo Mágico. Post-expresionismo. Problemas de la Pintura Europea más Reciente*. Madrid: Revista de Occidente.
- Rosón, M. (2016). *Género, Memoria y Cultura Visual en el Primer Franquismo. (Materiales cotidianos, más allá del arte)*. Madrid: Cátedra.
- Ruescas, G. (1971). *Historia de la Publicidad en España*. Madrid: Editora Nacional.
- Satué, E. (1997). *El Diseño Gráfico en España. Historia de una Forma Comunicativa*. Madrid: Alianza.
- Sinova, J. (2006). *La Censura de Prensa durante el Franquismo*. Madrid: Debolsillo.
- Sobieszek, R. (1978). Composite Imaginery and the Origins of Photomontage. Part I: The Naturalistic Strain. *Artforum*, 17 (1).
- Sobieszek, R. (1978b). Composite Imaginery and the Origins of Photomontage. Part II: The Formalist Strain. *Artforum*, 17 (2).
- Tàpies, A. (1983). *Memoria Personal. Fragmentos para una Autobiografía*. Barcelona: Seix Barral.
- Tupitsyn, M. (1994). From Factography to Mythography: The Final Phase of the Soviet Photographic Avant-Garde. In: Gorzka, G. (ed.) *Kultur im Stalinismus: sowjetische Kultur und Kunst der 1930er bis 1950er Jahre*. Bremen: Ed. Temmen.
- Tupitsyn, M. (1996). *The Soviet Photograph 1924-1937*. New Haven: Yale University Press.
- Vigil, S. & Miguel, J. (2017). La mirada azul. In: de las Heras, B. (ed.). *Imagen y Guerra Civil Española. Carteles, Fotografía y Cine*. Madrid: Síntesis.
- Wolf, E. (2006). SSSR na stroike. From Constructivist Visions to Construction Sites. In: Österlund, P. *USSR in Construction. An Illustrated Exhibition Magazine*. Sundsvall: Fotomuseet.

#### **Periódicos y revistas consultados**

- ABC. Sevilla. 1936-1939.
- Destino. Barcelona. 1937-1939.
- Fotos. *Semanario gráfico de reportajes*. San Sebastián. 1937-1939.
- La Vanguardia. Barcelona. 1939-1959.
- Vértice: *Revista nacional de la Falange*. San Sebastián. 1937-1946.
- Y. *Revista de la mujer nacional sindicalista*, Madrid, 1938-1939.

## NOTAS

1. Un caso ejemplar lo constituye el procedimiento del fotomontaje, cuya invención como procedimiento artístico reclaman tanto los dadaístas berlineses como algunos constructivistas rusos. En realidad, hay toda una tradición de “fotografía compuesta” en el siglo XIX, relacionada con diversos ámbitos como el arte, la publicidad y la propaganda, o la fotografía “vernácula”. Sobre este tema, ver el trabajo pionero de Sobieszek, (1978: 58-65; 1978b: 40-45); y una revisión actualizada en Fineman (2012: 89-137).
2. Algunos ejemplos, como los anuncios del lápiz Termosan, en Balsells y Naranjo (2010: 254 y 256).

3. La bibliografía sobre Compte se limita a unas referencias generales en García Ruescas (1971: 310-311); Satué (1997: 212). La primera vez que se recogen sus fotografías de guerra es en Mendelson (2005: 191) y, sobre todo, Fernández (2014: 35-36; 120-122).
4. Sobre el modelo “clásico” de Newhall, Allison (1997: 137-145). Sobre la historia de la fotografía impresa (revistas y fotolibros) pueden verse, entre otros: Fernández (1999); Lebeck y Von Dewitz (2001); Parr y Badger (2004-2014, 3 vols.), al que han seguido estudios monográficos sobre diversos países.
5. Antonio Rivière era un publicista con experiencia internacional, muy conocido en Barcelona, que había fundado en 1930 la Agencia Arco. García Ruescas (1971: 224), reproduce un anuncio – basado en un dibujo con tintas planas– para la Copa Davis de 1933 firmado por Rivière. Al acabar la guerra, continuaría su actividad al frente de Arpón. También desarrolló una labor teórica tanto en revistas económicas (*Boletín de Estudios Económicos*) como de publicidad (*Arte comercial* o *Gráfica hispana. Revista técnica de artes gráficas y publicidad*). Una semblanza en “Quién es... Antonio Rivière”, *Arte comercial*, 32, 1951: 15.
6. Así lo indica el diario *ABC* de Sevilla en diversas noticias: 12 febrero 1937, 7 noviembre 1937, 24 noviembre 1937, 16 enero 1938, 1 febrero 1938, 4 febrero 1938, 8 mayo 1938, 7 julio 1938.
7. Así lo atestigua Mercedes Sanz Bachiller (Delegada Nacional de Auxilio Social), en carta a Antonio Rivière, Valladolid, 28 noviembre 1938: “Podéis estar justamente satisfechos por los magníficos resultados obtenidos en las principales ciudades recorridas, no solo de la Península sino del Protectorado, por el número de visitantes y la óptima recaudación que habéis logrado”. Una copia fotográfica, en la Biblioteca Nacional de España, Sala Goya, GC-CAJA/21/2.
8. Que la fotografía es un instrumento de propaganda eficaz por sí mismo es una idea muy extendida en la época. Willi Münzenberg (responsable de la propaganda soviética en Europa Occidental durante los años treinta), escribía en 1931 que “la fotografía funciona sobre el ojo del ser humano, lo visto se refleja en la cabeza de quien observa sin que éste se vea obligado a realizar complicados ejercicios de pensamiento. De esta manera, la burguesía se muestra complaciente con la pereza de las masas populares al tiempo que hace un negocio redondo, pues los periódicos ilustrados suelen alcanzar tiradas millonarias”, “Misión y objetivos del movimiento internacional de fotógrafos obreros” (*Der Arbeiter-Fotograf*, 5, 1931), en Ribalta (2011: 110).
9. No existe un estudio completo sobre las fuentes visuales de *Vértice*, pero resulta claro que en sus páginas se reproducían muchas imágenes no solo de libros políticamente afines, como *Deutschland. Olympia-Jahr 1936*, sino también de anuarios fotográficos internacionales, como *Gebrauchsgraphik*, o los diversos volúmenes de *Photographie* publicados por *Arts et Métiers Graphiques* en la segunda mitad de los años treinta.
10. El texto de este Plan, en Cadenas (1975, 27-32). Sobre *Vértice* pueden verse, entre otros, Mainer (1972: 213-240), Ascunce (1998: 321-333), Mendelson (2007: 161-183) y Sánchez Vigil (2017: 82-85).
11. Esta interpretación “mítica” de las imágenes de prensa está confirmada por algunos testigos. El artista catalán Antoni Tàpies (1983: 80), evoca así los años de su infancia: “Los verdaderos mitos de nuestra República, asimilados con fruición por los ojos de un muchacho entre los ocho y los doce años, que provenía de la burguesía intelectual catalana, eran especialmente los del mundo de la modernidad, de confort, de salud y de elegancia entrevistados sobre todo en las páginas de la revista *D’ací i d’allà*”. Más adelante, Tàpies evoca la lectura de esta revista, concretamente del número extraordinario de Navidad de 1934, coordinado por Josep Lluís Sert y Joan Prats, como su primer contacto con el arte contemporáneo: “Me desconcertó totalmente, no hubo nada que a la larga me trastornara tanto ni que tuviera tanta repercusión en mi vida” (*Ibid.*: 98). Es interesante recordar aquí que Compte fue también colaborador de *D’ací i d’allà*, según indican Balsells y Naranjo (2010: 303).
12. El mismo tema aparece en otros artículos como “Mujeres del Imperio español. Vendimiadoras azules”, *Fotos*, 37, 6 noviembre 1937, o “Campo y ciudad”, *Fotos*, 47, 15 enero 1938.

13. Las fotografías de El Lissitzky y Bayer, en Fernández (1999: 53 y 160); *Portugal 1934* en Parr y Badger (2004-2014: vol. 3, 16), que señalan su deuda con el modelo soviético, especialmente El Lissitzky.

14. En el interior de este número hay varias fotos que por su estilo se podrían atribuir a Compte, pero que se publican como anónimas: una serie titulada “Los vencedores / Los derrotados” y “Loa del enlace”.

15. En *El Alcázar* no hay fotomontajes propiamente dichos. Sin embargo, considerar la propia secuenciación del libro como un montaje en sentido amplio es una idea habitual en la época: “El libro *Es kommt der neue Fotograf*, que por primera vez une fotografía y texto, es un montaje. Las novelas de Masereel hechas de grabados sobre madera son montajes. Los álbumes fotográficos del nivel del épico Halligen de Renger-Patzsch son montajes. Y, entre paréntesis, la estructura habitual de una novela no es la de un montaje?”, Marc Maurus, “Où est donc la littérature de montage?” (*Der Kreis*, diciembre 1929), en Lugon (1997: 226).

16. La misma imagen de la contracubierta de *Adelante!!* aparece en *Vértice*, 14, septiembre 1938, y se atribuye a Compte. Por otro lado, la imagen de la cubierta corresponde a la misma foto publicada en *Vértice*, 24, julio 1939, ilustrando el poema de José María Castroviejo, “A los muchachos de Europa”, donde aparece sin firmar.

17. En este sentido, su caso es muy diferente de fotoperiodistas como Robert Capa, que sí tuvo una conciencia de ser “autor” de un cuerpo de obra que podía funcionar en otros contextos más allá de su función inmediata en la prensa (por ejemplo, en exposiciones como *Memorable Life Photographs*, MoMA, Nueva York, 1951, donde se incluyó al *Miliciano herido*). O de Agustí Centelles, que al final de su vida reivindicó sus fotografías de guerra. Este último caso es interesante, ya que Centelles (Valencia 1909 – Barcelona 1985) es estrictamente contemporáneo de Compte (Barcelona 1910 – Barcelona 1987).

## RESUMOS

Dentro del creciente número de estudios existente sobre la fotografía realizada durante la guerra civil española (1936-1939), la producción del bando franquista ha recibido una atención relativamente escasa hasta ahora. La historiografía reciente ha rescatado, sin embargo, a figuras como José Compte, un fotógrafo comercial, que durante la guerra civil realizó un amplio trabajo propagandístico en la España franquista. Este estudio trata de ofrecer una visión sintética de la obra fotográfica realizada por Compte durante la guerra civil, un caso que resulta sintomático del desarrollo de una estética de vanguardia en el contexto de los movimientos fascistas del sur de Europa, que tiene paralelismos claros en otros trabajos realizados en Italia o Portugal durante los años treinta.

Within the increasing number of scholarship devoted to Spanish photography during the Spanish Civil War (1936-1939), the production of Franco's side has received relatively little attention until recently. The new historiography has rediscovered, however, figures like Jose Compte, a commercial photographer that during the civil war carried out an ample propagandistic work in the Francoist Spain. This paper aims to provide an overview of the photographic work carried out by Compte during the civil war. This case is symptomatic of the development of an avant-garde aesthetics in the context of fascist movements in southern Europe, with clear parallels in other works made in Italy or Portugal during the 1930s.

## ÍNDICE

**Palabras claves:** José Compte, propaganda franquista, vanguardias fotográficas, fotografía impresa, fotolibros

**Keywords:** José Compte, francoist propaganda, avant-garde phootgraphy, printed photography, photobooks

## AUTOR

**JAVIER ORTIZ-ECHAGÜE**

Universidad de Navarra

Escuela de Arquitectura de la Universidad de Navarra

Departamento de Proyectos, Teoría e Historia

31080 Pamplona, Navarra

España

joechague@unav.es