Pasado y Memoria
ISSN: 2386-4745
Núm. 27, 2023, pp. 207-235
https://doi.org/10.14198/pasado.22158 *Estudios*

El gobierno de Franco y la propaganda británica durante la Segunda Guerra Mundial: interferencia aliadófoba y benevolencia germanófila

Franco's government and British propaganda during World War II: interference against the Allies and Germanophile benevolence

Marta García Cabrera
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España
marta.garcia@ulpgc.es
https://orcid.org/0000-0001-8722-7280

Recibido: 4/3/2022
Aceptado: 9/2/2023

Cómo citar este artículo: Marta GARCÍA CABRERA (2023). El gobierno de Franco y la propaganda británica durante la Segunda Guerra Mundial: interferencia aliadófoba y benevolencia germanófila. *Pasado y Memoria*, 27, pp. 207-235, https://doi.org/10.14198/pasado.22158

Resumen

La Segunda Guerra Mundial se extendió a través de múltiples frentes e instrumentos de actuación que dejaban sus huellas en territorios aparentemente neutrales, como España. La posición estratégica del país y la descarada posición del Gobierno de Franco en el conflicto favorecieron la conversión de España en el escenario de una importante batalla propagandística. Aunque esta fue principalmente protagonizada por potencias beligerantes como Gran Bretaña, Alemania y Estados Unidos, la lucha por la captación de la opinión pública española también contó con la implicación del régimen franquista. La tradicional división ideológica de las dos Españas, que fue directamente reforzada por la guerra civil española, incluyó la causa internacional como nuevo motivo de lucha, a través de un soterrado debate nacional en el que confluyeron las

©2023 Marta García Cabrera

Este trabajo está sujeto a la licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons (CC BY 4.0).

aspiraciones personales, las consignas franquistas y las campañas propagandísticas desplegadas por las potencias extranjeras –caracterizadas por el desequilibrio de las fuerzas enfrentadas, especialmente entre 1939 y 1943–. Además de impulsar una campaña propagandística germanófila y anti-democrática, el Gobierno de Franco favoreció la extensión de la propaganda nazi y obstaculizó premeditadamente las actividades aliadas. Las autoridades españolas limitaron especialmente la eficacia de las campañas británicas –la potencia aliada que desplegó mayores esfuerzos persuasivos en España–, en un lucha hispano-germana en la que también se perseguía a propagandistas, se rastreaba a sus colaboradores, se multaba y castigaba a las audiencias y se destruía el material propagandístico incautado. El principal objetivo de este artículo es analizar la posición adoptada por el Gobierno de Franco en la batalla propagandística que tuvo lugar en España entre 1939 y 1945. Además de presentar un análisis contextualizado de las campañas extranjeras, esta investigación incluye una descripción detallada de la interferencia del Gobierno español contra la propaganda aliada, que reforzaba así su descarada germanofilia en el marco de la Segunda Guerra Mundial.

Palabras clave: propaganda, Segunda Guerra Mundial, franquismo, censura, beligerancia.

Abstract

World War II spread its components through multiple fronts and instruments of action that also left their mark in apparently neutral territories such as Spain. The strategic position of the country and its position in the conflict favored the conversion of Spain into the scenario of a propaganda battle. Although this was mainly mobilized by belligerent powers such as Great Britain, Germany and the United States, the fight to capture Spanish public opinion also count on the involvement of the Franco regime. The traditional ideological division of the two 'Spains', which was directly reinforced by the Spanish civil war, included the international cause as a new reason for struggle –through a hidden national debate in which converged personal aspirations– Francoist slogans and official propaganda campaigns implemented by foreign powers, characterized by the imbalance of the opposing forces, especially between 1939 and 1943. The Spanish government favored the spread of Nazi propaganda and deliberately hindered Allied activities. The Spanish authorities especially limited the effectiveness of the British campaigns –the allied power that deployed the greatest persuasive efforts in Spain–, in a Spanish-German struggle that also persecuted propagandists, tracked down their collaborators, fined and punished audiences and destroyed seized propaganda material. The main objective of this paper is to analyze the position adopted by the Franco government in the propaganda struggle that took place in Spain between 1939 and 1945. Presenting a contextualized analysis of foreign propaganda campaigns in the Iberian country, this research includes a detailed description of the interference of the Spanish Government against allied propaganda, which thus reinforced its evident Germanophilia in the framework of the Second World War.

Keywords: propaganda, World War II, Francoism, censorship, belligerence.

Financiación: la autora es beneficiaria de las Ayudas Margarita Salas para la Recualificación del Personal Docente e Investigador (Ministerio de Universidades del Gobierno de España y Fondo Social Europeo Next Generation).

1. Introducción

La Segunda Guerra Mundial (1939-1945) reforzó una concepción totalizada del conflicto, en el que se involucraba tanto a las potencias beligerantes como a las naciones neutrales, a través de múltiples frentes –militares, estratégicos y propagandísticos–. Las potencias impulsaron campañas propagandísticas dirigidas a controlar, orientar y modificar la opinión pública no solo de países aliados y enemigos, sino también de territorios neutrales, como España. La península ibérica, sus colonias y archipiélagos sobresalían por su ubicación estratégica, que convertía a España en una pieza destacada del panorama internacional. La posición geográfica de España y la tendencia belicista del Gobierno de Franco –que se inclinaba descaradamente hacia el lado del Eje– favorecieron que el país se convirtiera en el escenario de una importante campaña propagandística protagonizada por Alemania, Francia, Gran Bretaña y Estados Unidos. Mientras la propaganda alemana perseguía la colaboración e incluso la mayor implicación de España en el conflicto, la campaña aliada pretendía mantener la neutralidad del país y desalentar la colaboración española con el Eje. Aunque España mantuvo una posición de neutralidad durante el conflicto, el Gobierno de Franco se caracterizó por una descarada germanofilia que quedó plasmada a través de negociaciones de guerra e instrumentos de colaboración. Además, la lucha propagandística estuvo principalmente caracterizada por el desequilibrio de las fuerzas enfrentadas. Alemania exhibía sus campañas de forma pública y directa, ocupando una posición aventajada que era claramente favorecida y amparada por las autoridades españolas. Mientras, las democracias desplegaban sus esfuerzos de forma comedida y casi clandestina, en un intento por contrarrestar los ataques enemigos y superar la obstaculización impuesta por el Gobierno español. El personal diplomático de Gran Bretaña fue objeto de interrogatorios, intimidaciones, multas y asaltos que complementaban el seguimiento pormenorizado de sus actividades propagandísticas. Las multas y amenazas también se dirigían contra las audiencias de la propaganda, mientras que el material difundido en el país era directamente interceptado, incautado y destruido.

La propaganda bélica extranjera en territorio español ha sido objeto de importantes estudios, que no solo revelan el funcionamiento de los aparatos propagandísticos de las potencias beligerantes, sino también la canalización y

el contenido de algunos de sus mensajes (Ruiz Bautista y Barruso Barés, 2011; Schulze Schneider, 1994 y 1995; Peñalba-Sotorrío, 2019; Moreno Cantano y Peñalba Sotorrío, 2019; Pizarroso Quintero, 2009; Correa Martín-Arroyo, 2014). El posicionamiento del régimen franquista en este escenario de conflictividad persuasoria ha recibido también una atención especial en el marco de investigaciones mayores (Ros Agudo, 2002: 299-302; Moreno Cantano, 2008: 157-79; 290-305; Schulze Schneider, 1995: 200-205). No obstante, la historiografía carece todavía de un estudio especializado que relacione la actuación propagandística extranjera con la posición intervencionista del régimen franquista, en un esfuerzo por destacar especialmente las dificultades experimentadas por la persuasión británica. El principal objetivo de este artículo es analizar la posición adoptada por el Gobierno de Franco en la batalla propagandística que tuvo lugar en España entre 1939 y 1945. Además de presentar un análisis contextualizado de las campañas extranjeras –revisión historiográfica de resultados y nuevas aportaciones archivísticas, especialmente relacionadas con la persuasión británica–, esta investigación incluye una descripción detallada de la interferencia del Gobierno español contra la propaganda aliada, que reforzaba así su descarada germanofilia en el marco de la Segunda Guerra Mundial.

2. La batalla propagandística extranjera en territorio español (1939-1945)

El conflicto que atemorizó al mundo entre 1939 y 1945 multiplicó las tácticas bélicas tradicionalmente empleadas, incluyendo a la orientación psicológica como una destacada arma militar que venía acompañada, además, de una completa modificación del panorama comunicativo y propagandístico (Cull et al, 2003; Welch, 2013; Welch et al, 2012; Taylor, 1995). Las potencias ampliaron el alcance de un conflicto que, igual que sucedió durante la Gran Guerra, también dejaba sus consecuencias en los territorios neutrales. Por la ubicación estratégica y las características de sus costas, España se convertía en una pieza destacada del panorama internacional. El país se posicionaba en una encrucijada de continentes, en medio de las principales rutas comerciales y en el centro de destacadas líneas de comunicación. La nación era un excelente productor de recursos bélicos y, además, su territorio albergaba una franja costera que, junto a los grupos archipelágicos de Canarias y Baleares, ofrecían un gran potencial operacional (Smyth, 1986: 3; Grandío Seoane, 2017: 215-16 y Díaz Benítez, 2013: 3-10; Goda, 1998: 113-35). El país también se posicionaba como un enclave estratégico para la guerra submarina de Alemania, la planificación militar de las potencias enfrentadas y las campañas bélicas proyectadas hacia África (Tusell, 1996: 158-9; Ros Agudo, 2008: 226-68).

A pesar de la declaración de neutralidad en septiembre de 1939, el Gobierno de Franco no descartó su intervención en la guerra y ofreció una colaboración constante a la Alemania nazi, a través de la venta de bienes estratégicos o la connivencia ante actividades portuarias y de inteligencia (Ros Agudo, 2002; Wingeate Pike, 2008; Tusell Gómez, 1995). La alineación ideológica de España con el Eje hundía sus raíces en la deuda contraída durante la Guerra Civil española. El acercamiento quedó incluso reflejado antes del estallido del nuevo conflicto internacional a través de la firma de acuerdos oficiales como el de la Convención Cultural no ratificada, el tratado de amistad bilateral de marzo de 1939 y la adhesión al Pacto Anti-Comintern. Además, España retiró su participación de la Liga de las Naciones, comenzó la planificación militar contra los Aliados y se unió al Pacto de Acero como miembro político cercano a las potencias del Eje (Ros Agudo, 2002: 28-34). En el marco de la guerra internacional, el Gobierno adoptó una posición de tentativa beligerante, especialmente en dos fases bien diferenciadas. Primero, después de la caída de Francia, en junio de 1940, cuando el régimen franquista adoptó una posición de no beligerancia ideada por Mussolini que, en la práctica, significaba el apoyo abierto hacia las potencias del Eje y el desarrollo de negociaciones hispano-alemanas (Wigg, 2005; Morales Lezcano, 1995; Wingeate Pike, 2008; Tusell Gómez, 1995). El avance alemán sobre la Unión Soviética durante el verano de 1941 aceleró la segunda fase de la no beligerancia española, que se componía, además, de una justificación ideológica anticomunista manifestada a través del envío de la División Azul (Payne et al, 1996; Moreno Julià, 2005; Smyth, 1994). España no comenzó a adoptar una posición de verdadera neutralidad hasta el otoño de 1943, tras la derrota de Mussolini y el definitivo repliegue alemán en el Mediterráneo. La presión aliada sobre el Gobierno de Franco había aumentado considerablemente –especialmente tras lo dispuesto para el país ibérico en la Conferencia de Quebec– y esta reclamaba ahora una modificación real del estatus de España en la contienda, la retirada de la División Azul y la relajación de su actitud en el terreno periodístico y propagandístico. La presión económica y diplomática de los Aliados, junto a sus progresivas victorias en la guerra, obligaron a España a regresar progresivamente a una posición de neutralidad oficial (Tusell Gómez, 1995; Payne, 2008; Bowen, 2006; Sáenz Francés, 2009).

La posición estratégica de España y la tendencia belicista del Gobierno de Franco favorecieron que el territorio español fuera el escenario de una importante campaña propagandística internacional, que no solo dependía de los organismos ministeriales y diplomáticos extranjeros, sino que también estuvo condicionada por la implicación de la población local y la interferencia del

régimen franquista. La tradicional división ideológica de las dos Españas, que fue directamente reforzada por la guerra civil española, incluyó la causa internacional como nuevo motivo de lucha, a través de un soterrado debate nacional en el que confluyeron las aspiraciones personales, las consignas franquistas y las campañas propagandísticas desplegadas por las potencias beligerantes –caracterizadas por el desequilibrio de las fuerzas enfrentadas, especialmente entre 1939 y 1943–. La diplomacia, la propaganda y los servicios de inteligencia de las potencias enfrentadas fusionaron sus redes por completo, en una guerra de palabras que recurrió a las acusaciones, los rumores, la contrainformación y las manipulaciones como principales armas arrojadizas.

Alemania, que tomó la iniciativa desde el inicio de la contienda, exhibía sus campañas de forma pública y directa, ocupando una posición de ventaja que era claramente favorecida por el régimen franquista. La maquinaria propagandística del Tercer Reich no solo contaba con un gran bagaje dentro de las fronteras de Alemania, sino que también escondía tras de sí una importante experiencia en territorio español –que se remontaba al establecimiento de la sección exterior del NSDAP en España entre 1931-1932 y que se agudizó con el estallido de la Guerra Civil–. Entre 1939 y 1945, la propaganda alemana en España fue gestionada directamente desde la embajada, a través de un esfuerzo diplomático protagonizado por el embajador Eberhard von Stohrer y el agregado de prensa Hans Lazar (Ruiz Bautista y Barruso Barés, 2011: 191-97; Schulze Schneider, 1994 y 1995; Peñalba-Sotorrío, 2019; Moreno Cantano y Peñalba Sotorrío, 2019). La actividad se complementaba, además, con los esfuerzos propagandísticos realizados en España por el Partido Nazi (NSDAP) –bajo la dirección de Hans Thomsen–, las secciones culturales del Tercer Reich, las oficinas consulares y las esferas económicas –como las empresas germanas y el Frente de Trabajo alemán (*Deutsche Arbeitsfront*, DAF)–.[1] A partir de 1941, la propaganda aliada incrementó su influencia en el país, lo que contribuyó al reforzamiento de la campaña del Tercer Reich a través del Gran Plan (*Großе Plan*) (Schulze Schneider, 1994; Dankelmann, 1969; Peñalba-Sotorrío, 2019: 909-16; Ruiz Bautista y Barruso Barés, 2011: 197-98). El proyecto, que fue aprobado en enero de 1942, tenía el objetivo de multiplicar la eficacia de la propaganda alemana, intensificando sus esfuerzos en el país, regulando la colaboración de los españoles y obstaculizando las campañas aliadas, especialmente las británicas.[2] Además, la propaganda nazi se caracterizó por un alto

1. National Archives and Records Administration (NARA), RG 226/16/891, informe de inteligencia, 1944.
2. Politischen Archivs des Auswärtigen Amts (PAAA), RZ 501/R67661, Organizaciones del *Gran Plan*, 1942 y R67669, Actuación del Gran Plan, 1943.

nivel de especialización, no solo en el ámbito temático –con la consiguiente adaptación de sus temas a diferentes clases sociales, grupos socioculturales, ámbitos y regiones–, sino también en el terreno de la producción y la autoría, a través de publicaciones camufladas y la gestión local de ejemplares, materiales y consignas.

Mientras, las democracias desplegaban sus esfuerzos de forma comedida a través de campañas propagandísticas que, en su gran mayoría, tuvieron que ser construidas desde cero. No obstante, y aunque la persuasión aliada se enfrentó a constantes obstáculos, sus responsables no cesaron en su lucha por controlar a la opinión pública española. La campaña francesa fue gestionada desde las instancias diplomáticas, que tomaron la delantera frente a Gran Bretaña. La oficina capitalina era dirigida por el agregado de prensa Jean Vigneau, que colaboraba con el agregado cultural Maurice Legendre. Por su parte, Monsier Neziere era el responsable del departamento comercial del consulado francés en Palma de Mallorca y agente destacado de la propaganda en Barcelona.[3] Con el objetivo de extender su actividad en las provincias, los franceses iniciaron la apertura de oficinas periodísticas camufladas bajo coberturas diplomáticas.[4] Sin embargo, la caída de París paralizó por completo el ímpetu de la propaganda gala en el país; el Gobierno español estableció nuevas restricciones y las oficinas aliadas fueron clausuradas.[5] La propaganda de Vichy –mucho más cercana a las consignas alemanas y franquistas– fue gestionada desde la oficina capitalina, ahora bajo la dirección de Adalbert Laffon y el sacerdote André Boyer-Mas, que era responsable de la propaganda religiosa (Paz Rebollo, 1995: 222-224). No obstante, el *Political Warfare Executive,* el organismo responsable de la propaganda británica en zonas ocupadas, organizó tiradas de material combativo en francés que también llegaban a España.[6] Además, las rutas de huidos que conectaban con el territorio español se convirtieron en un importante cauce de comunicación e información clandestina. La propaganda estadounidense en España no adquirió signos de una verdadera coordinación hasta el verano de 1942, tras el establecimiento definitivo de la Oficina de Información de Guerra (OWI) en Washington. La filial del organismo en el país, conocida como la *Casa Americana* –bajo la supervisión de Emmet J. Hughes–, se erigió como una agencia gubernamental independiente que albergaba un gran equipo

3. The National Archives (TNA), FO 930/179, Visita a Cataluña y Mallorca, 1940.
4. TNA, FO 930/18, carta a Thomas Pears, 1940 y FO 930/179, carta al Ministerio de Información (MoI), 1940.
5. TNA, FO 930/179, al Ministerio de Información (MoI), 1940; FO 369/2558, carta del consulado en Bilbao.
6. PAAA, RZ 501/R67669, Material interceptado, 1943.

especializado y actuaba bajo cobertura diplomática, junto a otras oficinas provinciales y consulares (Pizarroso Quintero, 2009; León-Aguinaga, 2015).

2.1. Los esfuerzos propagandísticos de Gran Bretaña

Aunque Francia y Estados Unidos desplegaron importantes actividades propagandísticas en España, fue Gran Bretaña la nación aliada que dedicó mayores esfuerzos al control de la opinión pública española (García Cabrera, 2022). La posible ocupación alemana de España, el control de sus dominios norafricanos o la beligerancia de Franco hubieran afectado especialmente a la posición británica en la guerra. La estrategia militar inglesa dependía en gran medida del papel jugado por Gibraltar que, a su vez, estaba condicionado directamente por la estabilidad de la política exterior española. Además, la península y el archipiélago canario se conformaban como enclaves destacados para los proyectos militares y económicos aliados, tanto en el Mediterráneo como en el Atlántico (Cole, 1990: 2; Grandío Seoane, 2017: 215-16 y Smyth, 1986: 4). Entre 1939 y 1943, la principal prioridad de Gran Bretaña era el mantenimiento de la neutralidad de España, un objetivo que demandaba el entendimiento y la cordialidad diplomática entre los dos gobiernos. La nación aliada mantuvo durante la primera mitad del conflicto una política de cautela, caracterizada por una dialogante estrategia diplomática, una presión comercial directa, la aplicación de sobornos camuflados (Viñas, 2016: 78-84 y Wingeate Pike: 2008, 26) y el despliegue de una premeditada campaña propagandística que, por norma general, prescindía de ataques frontales. Aunque los británicos impulsaron respuestas tardías, desde la retaguardia y con claros componentes contraofensivos, sus campañas propagandísticas experimentaron un proceso de paulatina coordinación y mayor eficacia, en un intento por contrarrestar los ataques enemigos y superar las limitaciones impuestas por el Gobierno español –sin fomentar su enemistad y peligrar, por tanto, el equilibrio de la guerra–. El progresivo retorno de España a una posición de mayor neutralidad entre 1943 y 1944 liberó a Gran Bretaña de su encorsetamiento, en un escenario caracterizado por una mayor iniciativa de sus campañas propagandísticas y diplomáticas.

Al comienzo de la guerra, la organización de la propaganda en el país era inestable, descoordinada y altamente improvisada. La maquinaria se reducía principalmente a un pequeño equipo que se estableció en la embajada, bajo la supervisión del agregado de prensa Thomas Pears.[7] Los primeros movimientos siguieron los pasos establecidos por la maquinaria francesa, en un escenario

7. TNA, FO 930/17, cartas de Thomas Pears, 1939 y FO 371/23170, memorándum de Thomas Pears, 1939.

caracterizado por la combinación y la cooperación de los esfuerzos aliados. Esto permitió el establecimiento de nuevas oficinas anglo-francesas, como la sección de prensa de Barcelona –dirigida por Paul Dorchy –y la oficina de Bilbao– bajo el control de Cypril G. Stevens–.[8] Aunque la caída de Francia y la no beligerancia española paralizaron la cooperación aliada, los nuevos obstáculos favorecieron el segundo gran despegue del aparato propagandístico británico, caracterizado por el incremento del material propagandístico, la extensión de la red provincial y la llegada de un nuevo agregado de prensa, Thomas Burns, que se convirtió en el máximo responsable de la propaganda en España, Portugal y Tánger hasta el final del conflicto (Cole, 1990: 52; Burns, 2010: 28-85).[9] El giro de los acontecimientos resultante de las victorias aliadas de 1943-1944 y el lento retorno de España hacia la neutralidad permitieron una tercera expansión de la propaganda británica, caracterizada por la multiplicación de medios e instrumentos de actuación.[10]

La campaña británica fue canalizada a través de multitud de instrumentos y canales. La prensa fue quizás el canal más restringido, especialmente durante el periodo de la no beligerancia española, que favorecía la publicación de noticias del Eje. No obstante, el contexto bélico y el retorno a la neutralidad cambiaron parte de las consignas periodísticas de la prensa española, facilitando un mejor posicionamiento del material suministrado por Reuters (García Alix, 1974). La oficina de prensa en Madrid remitía de forma regular artículos informativos bajo el nombre de *Servicio Especial Overseas,* que eran filtrados por la agencia CIFRA a un total de treinta diarios nacionales. El departamento también redactaba de forma regular tiradas informativas bajo el nombre *Ecos de Londres,* que eran distribuidas entre numerosos diarios madrileños, mientras que la *Carta de Londres* era una crónica informativa difundida a los treinta diarios católicos sobre los que se ejercía cierta influencia.[11] Asimismo, el MoI se convirtió en un excelente editor de ejemplares impresos en español –en forma de

8. TNA, FO 930/179, Visita a Cataluña y Mallorca, 1940; FO 930/179, carta a Thomas Pears, 1940; FO 930/179, hojas de actas de Denys Cowan, 1940; FO 930/179, cartas del agregado de prensa, 1940; FO 930/179, memorándum del agregado de prensa, 1940 y FO 930/179, Organización final en España, 1940.
9. TNA, FO 930/179, correspondencia oficial sobre organización propagandística, 1940; FO 369/2558, correspondencia consular, 1940 y FO 930/187, documentación diplomática sobre propaganda, 1940.
10. TNA, FO 930/20, Presupuesto para la propaganda en España, 1943; FO 371/34766, OPC: plan de propaganda en España, 1943. La extensión de la propaganda británica fue incluso reflejada por los Boletines de información de los servicios de contrainteligencia españoles. Véase, por ejemplo: Archivo General Militar de Ávila, AGMA, S-20413, Subsecretaría, 2.ª Bis EME, Boletín de Información número 6, 30 junio 1943.
11. TNA, FO 930/29, presupuesto y organización propaganda, 1944.

panfletos, octavillas o revistas– y la oficina de Madrid también era responsable de la edición e impresión de material informativo, como folletos y boletines de gran difusión.[12] La posición de España en la guerra dificultó la distribución masiva de los ejemplares, que fueron repartidos de mano en mano y por medio de mensajeros, ciudadanos colaboradores, empresas británicas y organismos secretos, como el Ejecutivo de Operaciones Especiales (SOE).[13] Gran Bretaña dedicó especial atención a la propaganda religiosa (Moreno Cantano, 2012: 66-69), distribuyendo ejemplares propagandísticos especializados bajo la supervisión de sacerdotes remunerados.[14] El poder de la imagen fue explotado a través del envío regular de fotografías y la proyección cinematográfica, que fue principalmente canalizada mediante la progresiva inclusión de material visual en el No-Do y la celebración de eventos privados y diplomáticos.[15] Las emisiones radiofónicas de la *British Broadcast Corporation* (BBC) –a través de su servicio en español, comúnmente conocido como Radio Londres– fueron el recurso más combativo de la propaganda británica (García González, 2015). El éxito de sus programas garantizó la amplia recepción de la emisora en el país, aunque el tono conflictivo de algunos de sus mensajes favoreció la controversia interdepartamental del Gobierno británico que temía la reacción de las autoridades españolas.[16] Los rumores, que eran extendidos por agentes del *Special Operations Executive*, diplomáticos e inocentes ciudadanos, fueron parte activa de la guerra subversiva (Argemí Ballbè, 2012).[17] Los eventos sociales, las actividades benéficas y la entrega sistemática de medicamentos se convirtieron

12. La mayoría de las publicaciones están disponibles en: TNA, de INF 2/1 a INF 2/7, Material general de publicidad y en INF 2/20, Material propagandístico en español, 1942-1945. Véanse también: TNA, FO 371/34764 y FO 371/34766, OPC: Plan de propaganda en España, 1943; FO 930/29, OEPEC Propaganda en España, 1945.
13. TNA, FO 930/17, correspondencia de Thomas Pears, 1939; FO 930/20, correspondencia de Thomas Burns, 1942; FO 371/23170, documentación sobre la propaganda en España, 1939 y AGMA, S-20412, Subsecretaría, 2.ª Bis EME, Boletín de Información número 8, 21 enero 1941.
14. TNA, FO 930/26, carta de Thomas Burns, 1944 y FO 371/34764, OPC: Plan de propaganda en España, 1943.
15. TNA, FO 930/29, Presupuesto y organización propaganda, 1944; INF 1/574, 575 y 576, análisis estadísticos del No-Do, 1943-1945; INF 1/593, correspondencia sobre Cine Embajada, 1941 e INF 1/597, Suministro de documentales y largometrajes a España: exhibición privada, 1941.
16. TNA, FO 930/24, informe OEPEC, 1942; FO 371/31223, informe de inteligencia sobre la BBC, enero 1942 y FO 371/34765, informes sobre las condiciones de la BBC, 1943.
17. TNA, HS 6/946, rumores en España, 1942-1943 y HS 6/967, *Aguecheek*: rumores en España, 1943.

también en instrumentos de propaganda, que completaban la transmisión de consignas en conversaciones, debates y lugares públicos.[18]

3. La colaboración hispano-alemana y la resistencia de la propaganda británica

El régimen franquista reflejó su rechazo a la causa aliada y su vinculación con el Eje a través de la persuasión y el material propagandístico. La propaganda del Gobierno español se caracterizó por el perfil germanófilo de sus mensajes, que no solo incluían consignas recurrentes de la retórica franquista, sino que también adoptaban contenidos y materiales propios de la propaganda nazi. La Delegación Nacional de Prensa y Propaganda (DNPP) impulsó una campaña caracterizada por la exaltación militar, la explotación de los conceptos de victoria y cruzada, la defensa de la religión y el orden, así como el profundo rechazo hacia las democracias, el comunismo, la masonería y el judaísmo (Domínguez Arribas, 2009: 299-305; Sevillano Calero, 1998). El panorama periodístico de España se restringió considerablemente y el material informativo fue canalizado a través de agencias dependientes del Movimiento, como EFE y CIFRA, que priorizaron la publicación de noticias favorables a Alemania, especialmente entre 1939 y 1943 (Moreno Cantano, 2008; Sinova, 2006; Delgado Idarreta, 2006). Asimismo, la narrativa quedó reflejada en las pintadas, fotografías y grandes carteles que, de forma intencionada o improvisada, eran exhibidos en algunas ciudades españolas.[19] Los mensajes emitidos por Radio Nacional de España obedecían las mismas consignas, filtrando las noticias aliadas, exaltando las campañas del Eje y evidenciando un fuerte componente antidemocrático y anticomunista en sus mensajes (Gómez García y Martín Quevedo, 2019 y 2020). No obstante, el régimen español también intervino en la batalla propagandística de las potencias extranjeras, al favorecer los esfuerzos de las campañas alemanas y obstaculizar intencionadamente las actividades aliadas, especialmente aquellas impulsadas por Gran Bretaña.

La orden del 14 de junio de 1940, por la que el Ministerio de Gobernación prohibía en España la propaganda de los países beligerantes, legitimaba la persecución contra las campañas aliadas y, tal y como indica Moreno Cantano

18. TNA, HS 7/164, Historia de la Sección Ibérica, 1946; FO 371/34766, OPC, Propaganda en España, 1943; FO 930/20, correspondencia sobre propaganda social y humanitaria, 1943; AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, posiciones ante la guerra, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06439, Propaganda inglesa en España, 1942.
19. Por ejemplo, los edificios situados frente a la legación diplomática norteamericana en Tenerife amanecieron el día 18 de julio de 1943 con grandes fotografías de Franco y Primo de Rivera junto a frases en las que se podía leer: «¡Alerta, no te dejes engañar por los comunistas y sus aliados!», en NARA, RG 84/2248/2, carta del consulado, 1943.

(2008: 305), dejaba a la propaganda del Eje con todo el terreno libre. La normativa franquista prohibía la difusión masiva y pública de ejemplares propagandísticos y, teóricamente, limitaba el envío de boletines informativos a las autoridades gubernativas y mandos nacionales del país. Sin embargo, sus postulados fueron desobedecidos tanto por las potencias beligerantes como por el propio Gobierno español, que favorecía la distribución germana y recordaba sus leyes a las potencias aliadas. Por ello, los alemanes distribuían públicamente su material propagandístico en las ciudades, mientras sus boletines eran repartidos entre autoridades y particulares.[20] La prensa española sirvió de plataforma para los contenidos propagandísticos nazis, que eran publicados a cambio de encargos remunerados dirigidos hacia periodistas y editores (Sinova, 2006; Delgado Idarreta, 2006; Moreno Cantano, 2008: 120). Además, la prensa publicó un gran número de anuncios publicitarios sobre la cultura y la economía de Alemania, que eran financiados por el embajador alemán en Madrid (Velasco Murviedro, 1994: 85-90).

Especialmente entre 1939 y 1943, las campañas cinematográficas de Alemania contaron con el beneplácito de las autoridades españolas que suavizaron la censura y las limitaciones gubernamentales. Por ello, los alemanes lograron introducir y proyectar un buen número de sus películas en eventos privados y cines públicos, mientras sus noticieros transmitían consignas bélicas en una proporción mucho mayor que la de los Aliados (Martínez Álvarez, 1996: 145-55; Montero Díaz y Paz Rebollo, 2009 y Rodríguez Sánchez, 2015).[21] Las emisiones radiofónicas del Tercer Reich no fueron el objetivo prioritario de las prohibiciones españolas que, como veremos, dirigieron sus postulados contra las emisoras españolas en el exilio y las cadenas aliadas, especialmente la BBC británica. Los agregados de radiodifusión de la oficina de Lazar controlaban la correcta recepción de las emisiones alemanas, redactaban historias que pudieran ser difundidas en las ondas, monitoreaban las emisiones extranjeras y supervisaban la reacción española. Las emisiones contenían mensajes de exaltación, en los que se vinculaba el destino de Alemania con España y en los que tampoco faltaban los ataques antidemocráticos. Los alemanes recordaban a los oyentes el fantasma del bolchevismo, mientras se abanderaban como los cruzados del catolicismo y la lucha contra la masonería y el judaísmo.[22]

20. TNA, CAB 68/5/50, Análisis de la propaganda alemana, 1940 y AGA, Asuntos Exteriores, 82/6438, Nota verbal 1443.
21. TNA, FO 371/34764, Plan de propaganda en España, 1943; INF 1/575 y1/577, plan sobre noticieros, 1943-1944; INF 1/593-596, plan de la cinematografía británica, 1941-1944.
22. NARA, RG 226/16/891, organización de la propaganda alemana, 1944 y RG 226/16/726, propaganda en España, 1943.

Asimismo, las autoridades franquistas protegieron y favorecieron la imagen del Eje que era difundida por los rumores (Ortiz Mateos, 2013: 337-339; García González, 2015 y Fandiño Pérez, 2009: 322-348). Sin prescindir de su propia propaganda oficial, los alemanes crearon material de apariencia local, difundiendo contenidos adaptados al contexto de los españoles y editando publicaciones bajo el sello de organizaciones y editoriales ibéricas (Moreno Cantano y Peñalba Sotorrío, 2019). Este enfoque clandestino y español daba mayor credibilidad, cercanía y dinamismo a los ejemplares propagandísticos, que conseguían moverse desde los frentes de juventudes, el Sindicato Español Universitario (SEU), los cuarteles militares o las delegaciones del Gobierno hasta los talleres, las fábricas, las parroquias o las escuelas. Además, bajo el amparo del *Gran Plan*, los alemanes contaron con la benevolencia y asistencia directa de la Dirección General de Seguridad, el Ministerio de Asuntos Exteriores, la Jefatura de Propaganda y el propio Franco que, junto a la policía, las oficinas de correos, los falangistas y los veteranos de la División Azul, contribuían a la extensión de sus campañas propagandísticas en el país.[23]

Por el contrario, Gran Bretaña y Estados Unidos distribuyeron su material propagandístico de forma comedida, a través de mensajeros, actividades diplomáticas, voluntarios y agencias clandestinas que limitaron considerablemente sus esfuerzos. Las potencias aliadas resistieron a contracorriente en una lucha constante contra la interferencia hispano-alemana, que fue especialmente activa hasta el verano de 1943, cuando la guerra parecía decantarse por una victoria alemana y Franco aguardaba con ansias su puesto en el nuevo orden mundial que se avecinaba.

3.1. La interferencia española frente a la propaganda británica

Las campañas de interferencia del régimen franquista fueron canalizadas a través de múltiples mecanismos que evidenciaban, por un lado, la amenaza de la propaganda británica –que actuaba con mayor fuerza a partir de 1941– y, por otro, la verdadera posición del régimen franquista, caracterizada por un constante entendimiento hispano-alemán. El posicionamiento más evidente se realizó en el terreno de la prensa, ya que las noticias británicas eran cuidadosamente filtradas, particularmente entre 1940 y 1943 (Moreno Cantano, 2011: 323-324). Hasta la caída de Italia, las emisiones radiofónicas de Gran Bretaña eran constantemente interferidas por estaciones de radio locales o enemigas, por personal militar, naval y de la fuerza aérea, así como por operadores de

23. PAAA, RZ 501/R67669, *Gran Plan*, 1943 y R67662, telegrama de Stohrer, 1942; R67661, Organizaciones del *Gran Plan*, 1942.

telégrafo. El mantenimiento de rígidas restricciones cinematográficas obligó a Gran Bretaña a limitar sus actividades a la celebración de eventos privados que, aunque tuvieron una gran aceptación, no alcanzaron la repercusión del material alemán.[24] Además, el Gobierno trató de registrar, condenar y contrarrestar los rumores que favorecían a la causa aliada, a través del Departamento de Documentación y Auscultación adscrito a la Vicesecretaría de Educación Popular, que tenía el objetivo de «conocer la realidad cotidiana mediante sondeos de opinión» (Fandiño Pérez, 2009: 323).

No obstante, la interferencia del Gobierno franquista frente a la propaganda británica no se restringió a la prohibición y limitación de su eficacia en el país, sino que esta también incluía la persecución de sus actividades. Las autoridades españolas, algunos agentes de la policía, miembros de Falange y excombatientes de la División Azul colaboraron, junto a funcionarios de correos y ciudadanos militantes, en la obstaculización de la propaganda aliada –especialmente aquella que era emitida por Gran Bretaña –, a través de una activa lucha que, a partir de 1942, fue regulada bajo las consignas del *Gran Plan* alemán (Schulze Schneider, 1994: 371-86; Ros Agudo, 2002: 292; Moreno Cantano, 2008: 251). El proyecto regulaba la prohibición, incautación y destrucción de la propaganda enemiga, la obstaculización de sus canales de distribución y la estricta vigilancia por parte de colaboradores españoles, que aparentemente actuaban por iniciativa propia. Muchos ciudadanos germanófilos repartían material alemán, mientras identificaban a propagandistas británicos y norteamericanos. Algunos funcionarios de correos trataban de detectar y destruir los ejemplares de propaganda enemiga, mientras registraban sus destinatarios e intermediarios, favorecían la distribución de material alemán y buscaban agentes con los que difundir consignas orales. Falange y algunos sectores integrantes de la policía secreta interfirieron, prohibieron, obstaculizaron y persiguieron tanto el material como a los ciudadanos que lo poseían (lectores, oyentes, intermediarios, recaderos, etc.).[25]

24. TNA, FO 371/34764, Plan de propaganda en España, 1943; FO 371/34766, Presupuesto propaganda, 1944; INF 1/575 y1/577, plan sobre noticieros, 1943-1944; INF 1/593-596, plan de la cinematografía británica, 1941-1944.
25. PAAA, RZ 501/R67661, Organizaciones del *Gran Plan*, 1942 y R67669, Actuación del Gran Plan, 1943; AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, posiciones ante la guerra, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06438, nota verbal de la embajada británica, 10 noviembre 1944; TNA, FO 371/31223, Interferencia española contra la oficina de prensa de la embajada, 28 noviembre 1942; TNA, FO 371/34766, Interferencia postal, 1943 y Presupuesto propaganda, diciembre 1944.

3.1.1. Justificación de la interferencia

La ofensiva propagandística de Alemania contó con la imprescindible colaboración de las autoridades españolas, que tenían a su alcance suficientes motivos ideológicos para justificar su implicación. La vinculación ideológica y política del Gobierno de Franco con las potencias del Eje se reforzó con la percepción de una inminente victoria alemana, la búsqueda de un mayor protagonismo español en el nuevo orden internacional, los reclamos territoriales de Franco, así como el marcado anticomunismo y el componente antidemocrático de sus ideales. La generalizada imagen de las naciones aliadas como democracias plutocráticas, la cuestión de Gibraltar y la aparente vinculación británica con el republicanismo español complicaron gravemente sus campañas propagandísticas en el país (Cole, 1990: 72). Además, el Gobierno de Franco justificaba su persecución contra la propaganda enemiga a través de postulados neutralistas, en los que también primaba la supuesta defensa del orden público frente a alteraciones derivadas del enfrentamiento entre opiniones. Por ejemplo, las autoridades nacionales justificaban así la multa impuesta a Jacobo Martínez Martínez por realizar escuchas radiofónicas de la BBC en A Coruña: «al referido no se multó por escucharlas, sino por ponerlas en un lugar público con bebidas alcohólicas que podían causar discusiones o generar molestias para la neutralidad que observa España».[26] En zonas como Vigo, Madrid y Barcelona, las autoridades españolas solicitaron un servicio de control y vigilancia regular que impidiera la formación de colas en el consulado británico, bajo la sospecha de que «allí pudieran producirse incidentes lamentables».[27]

El Gobierno entendía que la extensión de la propaganda británica y la intensificación de la influencia soviética podían entorpecer las relaciones hispano-alemanas y amenazar la supervivencia del régimen.[28] Además, tal y como indica Ros Agudo (2002: 292), la colaboración española con el plan de Alemania permitía a las autoridades franquistas un doble resultado: complacer a Alemania y, al mismo tiempo, controlar la propaganda británica; algo que sólo con instrumentos españoles era muy difícil de conseguir. Gran Bretaña era acusada de impulsar una campaña de componentes subversivos que tenía el

26. El bar de Jacobo era asaltado la tarde del 27 de febrero de 1944, por un número de hasta 60 falangistas cuando una gran cantidad de clientes se reunía allí para escuchar las noticias de la BBC. Parte del mobiliario fue destruido y algunos clientes fueron golpeados. Véase: TNA, FO 371/39714, carta de la embajada, 1944 y Multa a Jacobo Martínez, 1944; AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06438, 1944 y carta del 10 noviembre 1944.
27. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06438, oficio del 15 de febrero de 1944.
28. PAAA, RZ 501/R67661, informe sobre propaganda inglesa, 1941.

objetivo de destruir el régimen de Franco. Por ello, las autoridades justificaron sus acciones bajo una imagen de protección frente a la influencia comunista y republicana que aparentemente se escondía tras la circulación de sus mensajes propagandísticos (Moreno Cantano, 2008: 304).[29] Las largas colas de ciudadanos españoles que esperaban en las inmediaciones de los centros diplomáticos aliados reforzaron esta argumentación. Todavía en 1944, los españoles percibían las filas de visitantes como aglomeraciones «de elementos rojos y de otros indeseables» que esperaban por material esperanzador, lo que reforzaba aún más la necesidad de su control.[30] Un observador madrileño describía así la situación:

> «Cuando por las mañanas se pasa por la embajada inglesa se ven interminables filas de obreros, mutilados sin condecoración, gentes de buena fachada, pero con los trajes deteriorados. En fin, un conglomerado de personas difíciles de catalogar, que forman grupos y se hablan en frases sueltas que en principio carecen de sentido: Hay novedad…oíste…te dieron el parte… […] Es simplemente que existe una oficina de información inglesa en la que se dan boletines, libros y algún tabaco. Las mañanas de la calle Serrano son mítines rojos con todas sus consecuencias».[31]

El propio Thomas Burns incluía una descripción similar en sus memorias:

> «Todas las noches, una fila de aproximadamente 1.000 personas pasaba por el puesto del portero de mi oficina y se llevaba un puñado [boletines] para la distribución local. Los hombres provenían principalmente de los barrios más pobres de la ciudad y contrastaban con el elegante distrito donde estaba instalada mi oficina. A veces la cola daba la vuelta a la manzana. Los funcionarios españoles protestaron contra lo que ellos consideraban como propaganda roja, pero no pudieron encontrar nada que justificara sus acusaciones. Sin embargo, no me ayudó el hecho de que la oficina se encontrara en la ruta de un campo de detención a otro. Camiones cargados de prisioneros de guerra en trabajos forzados saludaban a la cola con gritos alegres de ¡Viva Inglaterra!» (Burns, 1993: 89-90).

A pesar de que la cautela era el principio básico que regulaba las campañas propagandísticas británicas, algunos de los panfletos atribuidos a esta potencia aliada reforzaban una percepción peligrosa de sus escritos, favoreciendo la

29. AGMA, S-20412, Subsecretaría, 2.ª Bis EME, Boletín de resumen anual de actividades (1940-1941), 1941 y AMAE, R. 2198/7. Descripciones similares fueron también realizadas por las autoridades alemanas, con el objetivo de extender el rechazo al enemigo, en PAAA, RZ 501/R67661, informe sobre propaganda inglesa, 1941.
30. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06438, telegrama de septiembre 1944.
31. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06438, septiembre de 1944.

justificación de su incautación o persecución. Supuestos mensajes subversivos como «ahora necesita España de sus fieles hijos para salvarla […] Subleva el Ejército y entrega la ciudad a los ingleses por las buenas, pero si no tomaremos la ciudad y vosotros moriréis», se convirtieron en el *causus belli* de la batalla propagandística de Franco.[32]

3.1.2. Mecanismos de interferencia: incautaciones, multas y detenciones

La interferencia española en materia propagandística se clasificó a través de tres grandes campañas. La primera, contra la embajada o los empleados consulares británicos en sus funciones; la segunda, contra cualquier persona que dispusiera de material propagandístico o escuchara las emisiones de la BBC; y, finalmente, una tercera campaña dirigida contra el material propagandístico en sí mismo o contra los mensajeros que lo distribuían.[33] El material impreso británico y norteamericano era perseguido, incautado y destruido; los mensajeros, receptores y oyentes de la propaganda eran controlados, multados o detenidos, mientras que, tal y como indicaba el propio Samuel Hoare, la embajada no disponía de mayor recurso que el de presentar quejas diplomáticas (Moreno Cantano, 2008; Ros Agudo, 2002):

> «El local del departamento de prensa de la embajada era allanado a menudo por la policía y, si encontraban a algunos de nuestros visitantes, los sometían a fastidiosos interrogatorios, cuando no eran golpeados o llevados a prisión. Atacaban a nuestros mensajeros en las calles, y los libros y diarios que nos enviaba el Ministerio de Información eran interceptados y confiscados […] La policía de las ciudades de provincias seguía el ejemplo de Madrid y de esa forma trataban como sospechosos, o incluso atacaban en la calle, a nuestros amigos españoles que se atrevían a franquear las puertas de un consulado británico. Mis colaboradores y yo no cesábamos de enviar enérgicas protestas por todos esos hechos. La única respuesta que recibíamos era que esos españoles no habían sido maltratados por ser amigos de Inglaterra, sino por ser peligrosos revolucionarios buscados por la policía desde mucho tiempo atrás» (Hoare, 1977: 147).

El relato de Jimmy Burns es igualmente esclarecedor:

> «Los españoles contratados por Burns recibieron periódicamente insultos en las calles por parte de los fascistas. Los secretarios de la embajada fueron detenidos por la policía e interrogados sobre la naturaleza exacta de su trabajo. Alguno de los mensajeros fueron víctimas de ataques de falangistas vestidos

32. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06438, septiembre 1943.
33. TNA, FO 371/34766, Interferencia postal, 1943 y Presupuesto propaganda, diciembre 1944.

de paisano que les quitaban los boletines y les prendían fuego» (Burns, 2010: 154).

El personal de la embajada y los consulados de Gran Bretaña era objeto de amenazas, interrogatorios, seguimientos y multas que trataban de evitar el ejercicio de sus actividades propagandísticas. Así, por ejemplo, en abril de 1941, un agente de policía amenazó al portero de la embajada británica para que revelara los nombres de las personas que llamaban diariamente a la oficina para solicitar material.[34] En marzo de 1944, el Sr. Medrano, empleado de la oficina propagandística madrileña, era detenido por ser portador de una maleta repleta de material.[35] Los responsables de los consulados británicos en Bilbao, Gandía, Sevilla, Barcelona o Tarragona fueron también objeto de interrogatorios y amenazas.[36] La empleada del consulado de Palma, Eileen Gladys Wall, recibió un constante seguimiento, «a propuesta del gobernador civil de dicha ciudad, por repartir propaganda inglesa en la isla» (Ramírez Copeiro del Villar, 1996: 284). Los vicecónsules de Cartagena y Almería fueron intimidados por difundir propaganda británica a buques, agentes de aduanas y comisiones, mientras que Juan Muñoz del Toro, un empleado del consulado de Holanda en Málaga, fue multado repetidas veces por llevar consigo boletines y periódicos británicos.[37] El encargado de la distribución propagandística del consulado inglés en Sevilla, Manolo Gómez –alias *El Gordo*–, también fue objeto de constantes vigilancias e interrogatorios, aunque según Ramírez Copeiro (1996: 284), el andaluz era tan popular que casi siempre conseguía sortear las acusaciones. Los mensajeros oficiales de las legaciones diplomáticas también fueron perseguidos, detenidos y multados durante la mayor parte del conflicto.[38] Las detenciones eran realizadas por grupos de falangistas o agentes de la policía secreta que interrogaban a los recaderos con técnicas más o menos sombrías.[39]

34. TNA, FO 371/26905, Amenazas en la embajada, junio 1941.
35. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/6438, nota verbal de febrero y marzo 1944.
36. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/6438, Algunos ejemplos que resaltan la diferencia de trato dado a la publicidad británica y alemana, 29 agosto 1943; Despacho del Ministerio del Ejército, 13 diciembre 1943 y TNA, FO 371/34766, Presupuesto propaganda, diciembre 1944. Véase también: Moreno Cantano, 2008: 303-304.
37. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06439, Multa a Juan Muñoz, febrero 1942.
38. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06438, carta del Ministerio de Asuntos Exteriores, 9 abril 1942 y 82/06439, Política internacional. Prensa y propaganda de Gran Bretaña, n.d.
39. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06439, Memoria de hechos, 3 abril 1944.

Los mensajeros no eran más que jóvenes inexpertos que buscaban una fuente de ingresos y cuya inocencia favorecía la interferencia española. Por ejemplo, en abril de 1944, un repartidor de 17 años entregó un paquete de material propagandístico en concepto de depósito a una casa de prostitución de la Calle Velázquez, en Madrid.[40] El mensajero no volvió a recoger los ejemplares, la policía intervino la documentación y la Jefatura de Estado Mayor la empleó como arma arrojadiza contra el consulado madrileño:

> «Como en algunas ocasiones el cónsul británico se había dirigido al jefe del Estado Mayor de esta capitanía general, quejándose de que tenía conocimiento de que muchos ejemplares del boletín de noticias de su embajada no llegaban a su destino, por intervenirlos la censura militar, dispuse que el expresado paquete fuera remitido al citado cónsul, para demostrarle que no se podía culpar a la censura militar de las faltas cometidas por sus propios empleados».[41]

A pesar de su cobertura diplomática, la embajada y las instalaciones consulares también fueron objeto de ataques y asaltos realizados por autoridades oficiales y jóvenes falangistas. El 9 de julio de 1941, por ejemplo, se desarrollaron diversas manifestaciones anti-británicas en A Coruña y la fachada del consulado británico fue pintada con los mensajes de «ingleses corsarios» e «ingleses piratas».[42] Este tipo de intervenciones motivaron la mayoría de las quejas de los responsables británicos, que reclamaban el respeto hacia la inmunidad diplomática. No obstante, las acciones continuaron y, por ejemplo, en diciembre de 1941 la sección de prensa de la embajada madrileña fue asaltada por varios agentes de la policía vestidos de paisano, que arrestaron a sus visitantes e insultaron a parte del personal.[43] Un año más tarde, la embajada era víctima de protestas similares, en las que jóvenes falangistas reclamaban la recuperación de Gibraltar, mientras gritaban contra las consignas propagandísticas de Gran Bretaña.[44] Las instalaciones norteamericanas también fueron el objetivo de ataques similares y, por ejemplo, algunos falangistas irrumpieron en la oficina de prensa del consulado estadounidense de Valencia y arrancaron la foto del presidente Roosevelt (Pike, 2008: 73).

Los ciudadanos españoles también fueron multados, arrestados, maltratados o encarcelados por escuchar las emisiones de Radio Londres o por salir

40. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06438, carta de Asuntos Exteriores, abril 1944.
41. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06438, carta del Ministerio de Asuntos Exteriores, abril 1944.
42. TNA, FO 371/26906, Manifestaciones antibritánicas en Coruña, 15 julio 1941.
43. TNA, FO 371/26953, carta de la embajada, diciembre 1941.
44. TNA, FO 371/31223, Ataque a la embajada, diciembre 1942.

de las instalaciones diplomáticas con material propagandístico.[45] En algunas ocasiones la interferencia se realizaba a través de la destrucción de aparatos radiofónicos, como ocurrió en la localidad de San Adrián del Besós, en octubre de 1944.[46] Sin embargo, el principal objetivo de las campañas eran los oyentes y los propietarios de negocios, a los que se multaba o amenazaba por exhibir públicamente las emisiones radiofónicas de Gran Bretaña. El asalto de bares y casinos fue un instrumento destacado de la interferencia nacional, como sucedió en A Coruña y en Jaén durante el mes de septiembre de 1941. El 23 de octubre de 1944, José Albiñana Moltó era arrestado en un bar de la localidad de Arévalo. Según la carta escrita por su propia madre, a las once y media de la noche penetraron allí varios individuos, «uno de ellos le dijo a mi hijo: sé por referencias que es usted aficionado a oír Radio Londres e inmediatamente le dio un fuerte puñetazo en un ojo, dejándole casi sin sentido».[47] Para reforzar esta campaña de interferencia, las autoridades españolas contaban con un registro casi diario de todos los ciudadanos que entraban o salían de la embajada británica y algunos consulados (Burns, 2010: 235). Los responsables emplearon observadores anónimos que informaban acerca de la apariencia y actitud de las personas que visitaban los emplazamientos (Moreno Cantano, 2008: 311). Además, también se sirvieron de métodos más extremos como la creación de una cadena de confidentes dentro de la Compañía Telefónica de Madrid con la que, según Ros Agudo (2002: 293), lograron incluso controlar parte de las comunicaciones de la embajada.

Muchos de los visitantes que salían de los edificios diplomáticos de Gran Bretaña en posesión del material propagandístico eran detenidos, agredidos, encarcelados o multados (Correa Martín-Arroyo, 2014: 30-32 y Cole, 1990: 114).[48] El 7 de diciembre de 1941, alrededor de 200 personas fueron arrestadas en Barcelona por reunirse frente al consulado británico para recoger propaganda, mientras que, tres días más tarde, otras 200 fueron detenidas en Madrid.[49] El boletín informativo de la embajada era uno de los principales objetivos de la persecución realizada por las autoridades, que llegaron incluso a declararlo ilegal. Sin embargo, los británicos presentaron su resistencia mediante quejas diplomáticas y la persecución no impidió la continuación

45. TNA, FO 371/34766, Interferencia postal, 18 septiembre 1943 y FO 371/31223, Condiciones de la BBC en España, n.d.
46. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06438, Reclamaciones por campaña antibritánica, octubre 1944.
47. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06438, Reclamaciones por campaña antibritánica, noviembre 1944.
48. TNA, FO 371/34766, Interferencia postal, 18 septiembre 1943.
49. TNA, FO 371/31223, condiciones de la BBC en España, diciembre de 1941.

de su edición (Hoare, 1977: 149 y Moreno Cantano, 2008: 250). Los arrestos también se dirigían contra los propietarios de negocios que eran sorprendidos en posesión de material publicitario. Por ejemplo, el 11 de diciembre de 1942, la policía detenía al Sr. Rodríguez mientras trabajaba en su peluquería, poco antes de ser golpeado y obligado violentamente a declarar la procedencia de sus boletines. En otras ocasiones, los detenidos eran amenazados con el cierre de sus instalaciones bajo indicación de que no era «digno de un buen español patriota leer tales cosas».[50] Además, el rígido control se extendió a los vendedores de quioscos, a los que se coaccionaba para limitar la exhibición o venta de material propagandístico británico (Moreno Cantano, 2008: 311). No obstante, la colaboración hispano-alemana también se dirigió contra el material propagandístico aliado en sí mismo que, en gran medida, era interceptado, registrado y retenido.[51] Una gran cantidad de ejemplares norteamericanos y británicos eran destruidos, por ejemplo, en las propias oficinas de correos, mientras que los funcionarios sospechosos de colaborar con los Aliados eran sometidos a investigaciones disciplinarias (Schulze Schneider, 1994: 378-80). Algunas de las incautaciones más destacadas tuvieron lugar entre febrero de 1942 y septiembre de 1943, en las que se destruyeron decenas de fardos de material propagandístico angloamericano. El material incautado era registrado y notificado a la oficina de Hans Lazar, que lo incluía en los informes de seguimiento del *Gran Plan* y lo remitía al Ministerio de Asuntos Exteriores berlinés.[52] En algunas ocasiones, las incautaciones eran realizadas directamente por agentes consulares que controlaban y analizaban la propaganda distribuida por el enemigo en los distritos provinciales, como el de Santa Cruz de Tenerife.[53] En consecuencia y según las estimaciones realizadas por Schulze (1994, 378), tan sólo un 50% del material enviado por servicios ordinarios era realmente entregado a sus destinatarios

Aunque la obstaculización de la propaganda británica estuvo presente en toda la península, los archipiélagos y las colonias españolas, las campañas

50. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06438, Reclamaciones por campaña antibritánica, diciembre 1942.
51. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06438, Algunos ejemplos que resaltan la diferencia de trato dado a la publicidad británica y alemana, agosto 1943; así como Despacho del Ministerio del Ejército, 13 diciembre 1943. Véase también: TNA, FO 371/34766, Presupuesto propaganda, diciembre 1944 e Interferencia postal, septiembre 1943.
52. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06439, Intervención de fardos con propaganda inglesa, 8 julio 1942 y PAAA, RZ 501/R67661-R67668, Incautación de material enemigo, marzo 1942-agosto 1943.
53. PAAA, RZ 501/R67662, carta del consulado alemán en Tenerife, septiembre 1942.

de interferencia fueron especialmente activas en la región catalana. Las autoridades locales temían que el lenguaje empleado por la propaganda inglesa atrajera a los independentistas y que esta adoptara sus mensajes como parte de su lucha interna contra Madrid. Las amenazas económicas se convirtieron en la principal arma de prevención de los falangistas, que amenazaban a los industriales aliadófilos con la obstaculización del suministro de materias primas si aceptaban propaganda bélica. Las intimidaciones alcanzaron incluso a los ciudadanos británicos residentes en la ciudad condal que, acusados de distribuir los boletines, fueron amenazados con la deportación.[54]

3.2. La evolución de la interferencia española: propaganda y política exterior

Las campañas de intervención frente a la propaganda británica fueron especialmente activas entre 1940 y 1943, coincidiendo con la política de no beligerancia del Gobierno franquista, su tendencia germanófila y la activación del *Gran Plan* alemán (Schulze Schneider, 1994 y 1995; Tusell Gómez, 1995: 348-50). Los desembarcos aliados en Marruecos, Argelia y Normandía marcaron el inicio del lento retorno de España hacia una posición de mayor neutralidad, que se tradujo también en una paulatina matización de su obstaculización propagandística (Egido León, 2005: 116-18; Morales Lezcano, 1995: 213-49 y Wingeate Pike, 2008: 25-34). Se iniciaba así el mito de Franco como garante de la neutralidad de España, la retórica de un héroe que había conseguido mantener a su país al margen de una nueva guerra. Las autoridades empezaron a responder con una disculpa formal a casi todas las protestas británicas y la incidencia de sus campañas disminuyó en algunos distritos (Moreno Cantano, 2008: 305 y Cole, 1990: 158).[55] Las campañas de Gran Bretaña comenzaron a desprenderse de su clandestinidad y algunos ejemplares fueron incluso puestos a la venta.[56] La colaboración hispano-alemana disminuyó de forma considerable y, por ejemplo, los súbditos del Tercer Reich comenzaron a repartir parte de sus boletines a mano (Moreno Cantano, 2012: 197-98 y Schulze Schneider, 1995: 210).

Sin embargo, ni la propaganda británica llegó a ser distribuida con total libertad ni la alemana alcanzó una completa neutralización. Así, por ejemplo, Adolfo Sotelo era detenido, encarcelado y golpeado en marzo de 1943 por ejercer sus funciones como mensajero del consulado de Vigo. Tras su liberación,

54. TNA, FO 371/31223, Discriminación española contra la propaganda británica, 1942.
55. TNA, FO 930/28, Presupuesto de 1944 y FO 930/180.
56. AGMA, S-20413, Subsecretaría, 2.ª Bis EME, Boletín de Información 10 y 11, octubre y noviembre 1943.

volvió a ser capturado y enviado a Madrid como parte de un programa de confinamiento en solitario. Un empleado del consulado de Bilbao fue arrestado y golpeado a finales de ese mismo año por distribuir boletines y otros ejemplares (Cole, 1990: 136-37). Las condiciones en las que se distribuía la propaganda habían mejorado considerablemente, pero los arrestos y las multas continuaron especialmente en zonas como Málaga o Almería. Los nuevos ataques iban especialmente dirigidos contra las clases más altas de la sociedad, en contraposición a la persecución obrera que había imperado hasta la fecha.[57] En enero de 1944, las autoridades españolas detuvieron nuevamente a dos mensajeros oficiales, José Ignacio Díez de Artazgo y Tomás Díez.[58] Algunos quioscos urbanos continuaron siendo inspeccionados y saqueados, mientras que las visitas a las instalaciones diplomáticas seguían siendo objeto de control (Cole, 1990: 158; Moreno Cantano, 2008: 311). No fue hasta el verano de 1945 cuando las autoridades españolas ofrecieron a Gran Bretaña un acuerdo interesado, en el que la policía dejaba de interferir la distribución de boletines aliados a cambio de que sus contenidos respetaran el régimen interno del país.[59]

4. Conclusiones

La Segunda Guerra Mundial impactó de forma considerable en el panorama político y sociocultural de España, a través de una batalla propagandística que, a pesar de ser principalmente protagonizada por Alemania, Estados Unidos y Gran Bretaña, también contó con la implicación del régimen franquista. La propaganda nazi ocupaba una posición de líder aventajado que fue directamente favorecida por las autoridades españolas. Alemania logró difundir sus mensajes a través de multitud de canales, como la financiación periodística, las proyecciones cinematográficas, las emisiones radiofónicas, los movimientos sociales, la difusión de rumores y la distribución masiva de ejemplares impresos. Gran Bretaña fue la nación aliada que dedicó mayores esfuerzos al control de la opinión pública española, a través de una decidida campaña que comenzó con el estallido de la conflagración. Pese a que comenzaron sus esfuerzos de forma improvisada y descoordinada, los británicos lograron crear una eficiente maquinaria propagandística a partir de 1940-1941. No obstante, la campaña persuasoria de Gran Bretaña tuvo que hacer frente a una constante germanofilia

57. TNA, FO 371/34766, carta del cónsul de Almería, 1943.
58. AGA, Asuntos Exteriores, Detenidos, prensa y propaganda (1939-1949), 82/06438, carta de Jordana al Vicesecretario General del Movimiento, 1944 y TNA, FO 371/39711, Mensajero arrestado, 1944.
59. TNA, FO 371/49593, carta del MoI al FO, 1945.

del Gobierno de Franco, manifestada, por ejemplo, a través de una reiterada interferencia española y una decidida colaboración hispano-alemana.

El Gobierno español ofreció una colaboración constante a la Alemania nazi, con la que favorecía sus actividades de estrategia, inteligencia y propaganda. Además de impulsar una campaña propagandística germanófila y anti-democrática, el Gobierno de Franco favoreció la extensión de la propaganda nazi y obstaculizó premeditadamente las actividades británicas, especialmente entre 1941 y 1943. Las autoridades policiales, algunos miembros de Falange y los agentes de mensajería cumplieron con sus compromisos nacionales y actuaron bajo las consignas estipuladas por el *Gran Plan* alemán, con el objetivo de rastrear, interrumpir, incautar y destruir la propaganda aliada, especialmente aquella emitida por Gran Bretaña. El personal diplomático de Estados Unidos y Gran Bretaña fue objeto de interrogatorios, intimidaciones, multas y asaltos que complementaban el seguimiento pormenorizado de sus actividades. Las multas, amenazas e incautaciones también fueron dirigidas contra las audiencias de la propaganda, atemorizando a los lectores de los boletines y persiguiendo a los oyentes de la BBC. El material era interceptado, incautado y destruido, mientras que los mensajeros eran perseguidos y detenidos. El desembarco aliado en Marruecos y Argelia marcó el inicio del lento retorno de España hacia una posición de mayor neutralidad, que se tradujo también en una matización de su obstaculización propagandística, aunque esta permaneció activa hasta el final de la contienda.

Bibliografía

ARGEMÍ BALLBÈ, Marc (2012). «La credibilitat dels rumors i les notícies. Recerca a propòsit de la Segona Guerra Mundial», tesis, Universitat Autònoma de Barcelona.

BALSEBRE, Armand (2001). *Historia de la radio en España*. Madrid: Cátedra.

BOWEN, Wayne (2006). *Spain during World War II*. Mussouri: University of Missouri Press.

BURNS, Jimmy (2010). *Papá espia: amor y traición en la España de los años cuarenta*. Madrid: Debate.

BURNS, Tom (1993). *The use of memory: publishing and further pursuits*. Londres: Sheed & Ward.

COLE, Robert (1990). *Britain and the war of words in neutral Europe, 1939-1945: The art of the possible*. Londres: Macmillan Publishers Limited. https://doi.org/10.1007/978-1-349-20581-3

CORREA MARTÍN-ARROYO, Pedro (2014). «Propaganda Wars in Wartime Spain: Sir Samuel Hoare, the British Embassy, and the British Propaganda Campaign for "Neutral" Spain, 1940-1945», tesina de máster, Leiden University.

CULL, Nicholas John; CULBERT, David Holbrook; WELCH, David (2003). *Propaganda and mass persuasion: a historical encyclopedia, 1500 to the present*. Londres: ABC-CLIO.

DANKELMANN, Otfried (1969). «Der faschistische Grosse Plan», *Zeitschrift Geschichtswissenschaft, 5*.

DELAUNAY, Jean-Marc (1994). *Des palais en Espagne: l'Ecole des hautes* études *hispaniques et la Casa de Velázquez au cœur des relations franco-espagnoles du XXe siècle (1898-1979)*. Madrid: Casa de Velázquez.

DELGADO IDARRETA, José Miguel (2006). *Propaganda y medios de comunicación en el primer franquismo (1936-1959)*, Logroño: Universidad de La Rioja.

DÍAZ BENÍTEZ, Juan José (2013). Los proyectos británicos para ocupar las Islas Atlánticas durante la no beligerancia española (1940-1943). *Hispania Nova. Revista de Historia Contemporánea, 11*, 1-28.

DÍAZ BENÍTEZ, Juan José (2018). German Supply Ships and Blockade Runners in the Canary Islands in the Second World War. *Mariners Mirror, 104, 3,* 318-329. https://doi.org/10.1080/00253359.2018.1487676

DOMÍNGUEZ ARRIBAS, Javier (2009), *El enemigo judeo-masónico en la propaganda franquista, 1936-1945*. Madrid: Marcial Pons.

EGIDO LEÓN, Ángeles (2006). Franco y la Segunda Guerra Mundial. Una neutralidad comprometida, *Ayer, 57,* 103-124.

FANDIÑO PÉREZ, Roberto Germán (2009). *El baluarte de la buena conciencia: prensa, propaganda y sociedad en La Rioja del Franquismo*. Logroño: Universidad de La Rioja.

GARCÍA CABRERA, Marta (2022). *Bajo las zarpas del león: La persuasión británica en España durante las guerras mundiales*. Madrid: Marcial Pons.

GARCÍA GONZÁLEZ, Gloria (2015). Pawns in a Chess Game: The BBC Spanish Service during the Second World War. *Media History, 21, 4*, 412-425. https://doi.org/10.1080/13688804.2014.950952

GODA, Norman (1998). *Tomorrow the world: Hitler, Northwest Africa, and the path toward America.* Texas: Texas A & M University Press.

GÓMEZ GARCÍA, Salvador y MARTÍN QUEVEDO, Juan (2017). A crusade over the airwaves: the Blue Division on Radio Nacional de España (1941-1954). *Historical Journal of Film, Radio and Television, 37(2)*, 295-314. https://doi.org/10.1080/01439685.2016.1189158

GÓMEZ GARCÍA, Salvador y MARTÍN QUEVEDO, Juan (2019). La participación española en la Segunda Guerra Mundial en los micrófonos de RNE (1941-1954). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 25, 3,* 1445-1459. https://doi.org/10.5209/esmp.66996

GÓMEZ GARCÍA, Salvador y MARTÍN QUEVEDO, Juan (2020). Radio Nacional de España en el laberinto franquista. La construcción de la radio estatal tras la Guerra Civil (1939-1945). *Historia y comunicación social, 25, 1,* 101-111. https://doi.org/10.5209/hics.69230

GRANDÍO SEOANE, Emilio (2017). *A Balancing Act: British Intelligence in Spain during the Second World War*. Sussex: Sussex Academic Press. https://doi.org/10.2307/jj.4256595

HOARE, Samuel (1977). *Samuel Hoare: Embajador ante Franco en misión especial*, Madrid: Sedmay.

IRUJO, José María (2003). *La lista negra: los espías nazis protegidos por Franco y la Iglesia*. Madrid: Aguilar.

LEÓN AGUINAGA, Pablo (2009). Los canales de la propaganda norteamericana en España, 1945-1960. *Ayer, 75*, 133-158.

LEÓN AGUINAGA, Pablo (2010). *Sospechosos habituales. El cine norteamericano, Estados Unidos y la España franquista, 1939-1960*. Madrid: Editorial CSIC.

LEÓN AGUINAGA, Pablo (2015). The Trouble with Propaganda: the Second World War, Franco ' s Spain, and the Origins of US Post– War Public Diplomacy. *The International History Review, 5332*. https://doi.org/10.1080/07075332.2013.879916

MARTÍNEZ ÁLVAREZ, Josefina (1996). La guerra en el cine y la propaganda: Nodo 1943-45. En Stanley G. PAYNE; Delia CONTRERAS GARCÍA (coords.). *España y la Segunda Guerra Mundial* (145-155). Madrid: Editorial Complutense.

MARTÍNEZ NADAL, Rafael (1996). *Antonio Torres de la BBC a The Observer: republicanos y monárquicos en el exilio, 1944-1956*. Madrid: Casariego.

MESSENGER, David (2006). Against the Grain: Special Operations Executive in Spain, 1941-45. *Intelligence and National Security, 20:1*, 37-41. https://doi.org/10.1080/02684520500059502

MONTERO DÍAZ, Julio; PAZ REBOLLO, Antonia (2009). *La larga sombra de Hitler: el cine nazi en España, 1933-1945*. Madrid: Cátedra.

MORALES LEZCANO, Victor (1995). *Historia de la no beligerancia española durante la segunda guerra mundial*. Las Palmas de Gran Canaria: Cabildo de Las Palmas de Gran Canaria.

MORENO CANTANO, Antonio César; PEÑALBA SOTORRÍO, Mercedes (2019). Tinta franquista al servicio de Hitler: la editorial Blass y la propaganda alemana (1939-1945). RIHC. *Revista Internacional de Historia de la Comunicación, 1, 12*, 344-369. https://doi.org/10.12795/RiHC.2019.i12.17

MORENO CANTANO, Antonio César (2011). El control de la prensa extranjera en España y Alemania durante la Segunda Guerra Mundial. *Historia Contemporánea, 32*, 311-324.

MORENO CANTANO, Antonio César (2008). «Los servicios de prensa extranjera en el primer franquismo (1936-1945)», tesis doctoral, Universidad de Alcalá de Henares.

MORENO CANTANO, Antonio César (2011). *El ocaso de la verdad. Propaganda y prensa exterior en la España franquista (1936-1945)*. Gijón: Trea.

MORENO CANTANO, Antonio César (2012). *Propagandistas y diplomáticos al servicio de Franco (1936-1939)*. Gijón: Trea.

MORENO JULIÁ, Xavier (2005). *La División Azul: sangre española en Rusia, 1941-1945*. Barcelona: Crítica.

ORTIZ MATEOS, Antonio (2013). La guerrilla y la radio. El papel de Radio España Independiente en el movimiento guerrillero español (1941-1952). *Espacio, tiempo y forma. Serie V, Historia contemporánea, 25,* 327-340. https://doi.org/10.5944/etfv.25.2013.12199

PAYNE, Stanley; CONTRERAS, Delia (1996). *España y la Segunda Guerra Mundial*. Madrid: Editorial Complutense.

PAYNE, Stanley (2008). *Franco and Hitler: Spain, Germany, and World War II*. New Haven: Yale University Press.

PAZ REBOLLO, María Antonia (1995). La propaganda francesa en España, 1940-1944. *Mélanges de la Casa de Velázquez* – Dossier: Propagande ètrangère en Espagne, propagande espagnole à l'étranger, *31, 3,* 219-247. https://doi.org/10.3406/casa.1995.2755

PEÑALBA SOTORRÍO, Mercedes (2012). German Propaganda in Francoist Spain: Diplomatic Information Bulletins as a Primary Tool of Nazi Propaganda. *Bulletin for Spanish and Portuguese Historical Studies, 37, 1,* 47-63. https://asphs.net/article/german-propaganda-in-francoist-spain-diplomatic-information-bulletins-as-a-primary-tool-of-nazi-propaganda/

PEÑALBA-SOTORRÍO, Mercedes (2019). «Beyond the War: Nazi Propaganda Aims in Spain during the Second World War. *Journal of Contemporary History, 54, 4,* 902-926. https://doi.org/10.1177/0022009418761214

PIZARROSO QUINTERO, Alejandro (1989). El cine americano en España durante la Segunda Guerra Mundial: Información y propaganda. *REDEN: revista española de estudios norteamericanos, 7,* 121-155.

PIZARROSO QUINTERO, Alejandro (1998). Información y propaganda norteamericana en España durante la segunda guerra mundial: la radio. *Revista Complutense de Historia de América, 24*, 223-246.

PIZARROSO QUINTERO, Alejandro (2009). *Diplomáticos, propagandistas y espías: Estados Unidos y España en la Segunda Guerra Mundial*. Madrid: Editorial CSIC.

RAMÍREZ COPEIRO DEL VILLAR, Jesús (1996). *Espías y neutrales: Huelva en la Segunda Guerra Mundial*. Huelva: Valverde del Camino.

RAMÍREZ COPEIRO DEL VILLAR, Jesús (2004). *Objetivo Africa: crónica de la Guinea Española en la II Guerra Mundial*. Huelva: Ramírez Copeiro del Villar.

RODRÍGUEZ SÁNCHEZ, Mercedes (2015). «La Segunda Guerra Mundial en el NO-DO, (1943-1945)», tesis, Universidad Complutense de Madrid.

ROS AGUDO, Manuel (2002). *La guerra secreta de Franco (1939-1945)*. Barcelona: Crítica.

ROS AGUDO, Manuel (2008). *La gran tentación: Franco, el Imperio Colonial y el proyecto de intervención española en la Segunda Guerra Mundial*. Madrid: Styria de Ediciones y Publicaciones.

RUHL, Klaus-Jörg (1986). *Franco, Falange y Tercer Reich: España en la Segunda Guerra Mundial*. Madrid: Akal.

RUÍZ BAUTISTA, Eduardo; BARRUSO BARÉS, Pedro (2011). La propaganda alemana en España durante la II Guerra Mundial. En Antonio César MORENO CANTANO (coord.). *El ocaso de la verdad: propaganda y prensa exterior en la España franquista (1936-1945)* (191-214). Gijón: Trea.

SÁENZ FRANCÉS, Emilio (2009). *Entre la antorcha y la esvástica: Franco en la encrucijada de la II Guerra Mundial*. Madrid: Actas.

SCHULZE SCHNEIDER, Ingrid (1994). La propaganda alemana en España: 1942-1944. Espacio Tiempo y Forma.Serie V, *Historia Contemporánea, 7*, 371-386. https://doi.org/10.5944/etfv.7.1994.2988

SCHULZE SCHNEIDER, Ingrid (1995). Éxitos y fracasos de la propaganda alemana en España: 1939-1944. *Mélanges de la Casa de Velazquez, XXXI, 3,* 197-217. https://doi.org/10.3406/casa.1995.2754

SEVILLANO CALERO, Francisco (1998). *Propaganda y medios de comunicación en el franquismo (1936-1951)*. Alicante: Universidad de Alicante.

SINOVA, Justino (2006). *La censura de prensa durante el franquismo,* Barcelona: DeBolsillo.

SMYTH, Denis (1986). *Diplomacy and strategy of survival: British policy and Franco's Spain, 1940-41*. Cambridge: Cambridge University Press, Cambridge. https://doi.org/10.1017/CBO9780511897290

SMYTH, Denis (1994). The Dispatch of the Spanish Blue Division to the Russian Front: Reasons and Repercussions. *European History Quarterly, 24, 4*, 537-553. https://doi.org/10.1177/026569149402400403

TAYLOR, Philip M. (1995). *Munitions of the mind: a history of propaganda from the ancient world to the present era*. Manchester: Manchester University Press.

TUSELL GÓMEZ, Javier (1995). *Franco, España y la II Guerra Mundial: entre el Eje y la neutralidad*. Madrid: Temas de hoy, Madrid.

TUSELL GÓMEZ, Javier (1996). La trayectoria española ante la Segunda Guerra Mundial. En Stanley G. PAYNE; Delia CONTRERAS GARCÍA (coords.). *España y la Segunda Guerra Mundial* (157-170). Madrid: Editorial Complutense.

VELASCO MURVIEDRO, Carlos (1994). Propaganda y publicidad nazis en España durante la Segunda Guerra Mundial: algunas

características. *Espacio Tiempo y Forma. Serie V, Historia Contemporánea, 7*, 85-108. https://doi.org/10.5944/etfv.7.1994.2995

VIÑAS, Ángel (2016). Sobornos. *De cómo Churchill y March compraron a los generales de Franco*. Madrid: Crítica.

WELCH, David (2013). *Propaganda: power and persuasion*, Londres: British Library. https://doi.org/10.5040/9780755694334

WELCH, David; Jo FOX (2012). *Justifying war: propaganda, politics and the modern age*, Londres: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230393295

WIGG, Richard (2005). *Churchill and Spain: The survival of the Franco regime, 1940-1945*. Londres: Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203008263

WINGEATE PIKE, David (2008). *Franco and the Axis stigma*, Londres: Springer, Londres. https://doi.org/10.1057/9780230205444