

de la democracia, han sido perfectamente trabados en un libro que, sin abandonar en ningún momento el rigor histórico, resulta accesible al lector no iniciado en estas cuestiones y que quiere tener un conocimiento más sólido, al margen de la urgencia informativa característica de los medios de comunicación.

Ricardo M. Martín de la Guardia (Universidad de Valladolid)

ALEJANDRO PIZARROSO QUINTERO. *HISTORIA DE LA PROPAGANDA. NOTAS PARA UN ESTUDIO DE LA PROPAGANDA POLITICA Y DE «GUERRA»*. EUDEMA, Madrid, 1991, 475 pp.

En algunas ocasiones parece que los historiadores españoles, con la polifерación de estudios sobre parcelas muy concretas de la realidad pasada, sobre espacios geográficos cada vez más reducidos, y a lo largo de períodos de tiempos también más breves, hayamos perdidos el gusto o la capacidad por la vocación de universalidad que por profesión nos compete. Por supuesto, y es hasta trivial recordarlo, que son útiles y necesarios esos constreñidos análisis pero, quizá por su abundancia y por el casi nulo interés que suscitan entre el público no especializado, nos resulta francamente grato hallar obras cuyo contenido supera ampliamente todos estos límites espacio—temporales, cuando aquéllas están realizadas con un gran rigor analítico y bien trabadas en su construcción interna. De aquí que nos parezca muy atinado un comentario del Profesor Angel de Benito, en el prólogo de la obra Pizarroso: «La novedad del libro es absoluta, ya que no existe un estudio parecido ni en castellano ni en ninguna otra lengua».

Sin duda esta *Historia de la Propaganda* ofrece al lector una gran labor de síntesis sobre un asunto tan complicado como la propaganda política desde su concepción y desarrollo en los imperios mesopotámicos de la Antigüedad hasta la guerra del Vietnam.

Alejandro Pizarroso continúa con este libro una amplia y fructífera labor investigadora en el campo de la Historia de los Medios de Comunicación Social y de la Propaganda, uno de cuyos ejemplos fue la publicación en 1985 en la Editorial de la Universidad Complutense de *Prensa y Política en la Italia de la Post-guerra. Il Nuovo Corriere de Florencia, intento frustrado de un nuevo tipo de Periodismo (1944-1956)*, que no pasó desapercibido para los estudiosos de la Historia de la Prensa y la Opinión Pública. Además, otros artículos publicados por el Profesor Pizarroso en libros colectivos o en actas de congresos abrieron líneas de investigación hasta ese momento inexploradas, aparte de darnos a conocer aspectos olvidados por poco valorados y que se revelaron de interés, como la incidencia de la propaganda política italiana durante la guerra civil española o el destacado papel desempeñado por las organizaciones propagandísticas angloamericanas durante la Segunda Guerra Mundial.

Con un conocimiento de la cuestión, por tanto, muy notable, el autor se enfrentó ante una obra de indudable envergadura, en la cual ha solventado perfectamente una serie de obstáculos que pretendemos resumir, sin orden de prelación, en los siguientes. En primer lugar, el derivado del argumento de la investigación, su ya citada amplitud cronológica y espacial. Más aún si tenemos en cuenta la escasa por no decir inexistente tradición en estudios sobre esta materia, así como el nunca fácil acceso a la bibliografía extranjera relacionada con la cuestión.

En segundo término, la dificultad en el tratamiento de las fuentes históricas reviste en este caso una complejidad mayor dada la naturaleza de aquéllas en el aná-

lisis de la propaganda: el panfleto, la literatura, la prensa, el charlatán..., en definitiva, cualquier elemento capaz de influir en el cerebro y en el corazón, en la inteligencia y en los sentimientos del hombre, es susceptible de convertirse en un arma de la lucha propagandística al servicio de tales o cuales intereses.

En tercer lugar, el aparato crítico necesario para encuadrar el trabajo, capaz de dotar coherencia y rigor al mismo. No podemos olvidar que el estudio histórico de la propaganda necesita un soporte teórico en el cual no intervienen únicamente conceptos propios de la Historia, sino que se hace necesario un conocimiento exhaustivo de la Teoría General de la Comunicación o de la Sociología de la Opinión Pública, del que ciertamente hace gala el autor.

La obra se divide en cuatro grandes bloques, aunque es el último de ellos, dedicado al siglo XX, el que por su trascendencia para la cuestión que le ocupa, representa más de la mitad del libro. Sin embargo, este hecho no significa la desatención por su parte del resto de la cronología. Es bien patente a lo largo de las páginas el interés con que trata el desarrollo de la propaganda en las formas políticas de dominación previas al Estado, caso del mundo helénico o de Roma, o la importancia de la Iglesia en la propagación de mensajes acordes con sus intereses durante el Medioevo. Con todo, será durante la época Moderna cuando se observe un primer salto cualitativo en cuanto a la importancia del fenómeno propagandístico, sobre todo con la invención de la imprenta y su corolario de difusión masiva de la palabra escrita. Así, este hecho novedoso provocará consecuencias de otro modo impensables, en la creación o consolidación de sentimientos mutuos de solidaridad entre los habitantes de un determinado país (fundamentos de los Estados nacionales), en la difusión del pensamiento y de la práctica revolucionaria (independencia de América, Revolución Francesa) o, ya en el siglo XIX, el surgimiento de grandes teóricos del quehacer propagandístico, caso de Engels o Marx, cuyo *Manifiesto del Partido Comunista* «es uno de los textos propagandísticos más grandes de la Historia» (Pág. 135).

El siglo XX trae consigo el desarrollo de la «propaganda científica». Sin desdeñar el papel desempeñado por la misma en la «Gran Guerra» y durante el proceso revolucionario de 1917 en Rusia, el grado de perfección que alcanzan los sistemas propagandísticos en la Italia mussoliniana y en la Alemania de Hitler, y posteriormente en las dictaduras comunistas del Este de Europa, son palmario ejemplo del relieve histórico que ha tenido la propaganda y que sigue teniendo en nuestros días.

La trascendencia de la persuasión por medio de la práctica propagandística para mantener o modificar las conductas de los individuos en uno u otro sentido, más todavía en el caso de la propaganda política por su estrecha vinculación al aparato estatal, queda bien patente en este libro del Profesor Pizarroso. Gracias a su lectura tendremos algún elemento de juicio para saber si, como alguien dijo, la Historia es más que la propaganda de los vencedores.

Ricardo M. Martín de la Guardia (Universidad de Valladolid)

MATEO MARTINEZ, *CABALLERIA Y LIBERALISMO (1800-1875)*, Academia de Caballería, Valladolid, 1991, 220 pp.

La presencia del Ejército —entendido como tal estamento o grupo de poder— en la gestación de la política española contemporánea, ha sido lugar común no sólo