

LAS IMÁGENES DE LA PERSUASIÓN

**Materiales gráficos para la
enseñanza de la Historia
Contemporánea**

Mónica Moreno Seco



TEXTOS**DOCENTES**

PUBLICACIONES

Universidad de Alicante



**LAS IMÁGENES DE
LA PERSUASIÓN
MATERIALES GRÁFICOS PARA LA
ENSEÑANZA DE LA HISTORIA
CONTEMPORÁNEA**

Mónica Moreno Seco

**LAS IMÁGENES DE
LA PERSUASIÓN
MATERIALES GRÁFICOS PARA LA
ENSEÑANZA DE LA HISTORIA
CONTEMPORÁNEA**

**UNIVERSIDAD DE ALICANTE
2000**

© Mónica Moreno Seco
Publicaciones de la
Universidad de Alicante, 2000
Portada: Alfredo Candela
Universidad de Alicante
ISBN: 978-84-7908-561-4
Depósito Legal: AL-257-2000
Imprime Publidisa
ISBN eBook: 978-84-9717-105-2

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna o por ningún medio, ya sea eléctrico, químico, mecánico, óptico de grabación o de fotocopia, sin el permiso previo del editor.

Traducción del alemán y del inglés: Antonia Montes Fernández.
Traducción del ruso: Natalia Timoshenko.
Traducción del farsi afgano: José Francisco Cutillas Ferrer.

ÍNDICE

ÍNDICE	9
INTRODUCCIÓN	11
La imagen como recurso didáctico	11
Una fuente para la historia	12
La imagen y las masas en los siglos XIX y XX	14
La propaganda y la publicidad en imágenes	18
1. LA REVOLUCIÓN FRANCESA. LA ERA DE NAPOLEÓN. LA RESTAURACIÓN	23
2. LAS REVOLUCIONES DE 1820, 1830 Y 1848	41
3. LAS UNIFICACIONES DE ITALIA Y ALEMANIA	55
4. LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL Y EL GRAN CAPITALISMO	63
5. EL MOVIMIENTO OBRERO	81
6. LAS POTENCIAS OCCIDENTALES EN EL CAMBIO DE SIGLO	99
7. LOS IMPERIOS COLONIALES	123
8. LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL	141
9. LA REVOLUCIÓN SOVIÉTICA	161
10. LOS “FELICES AÑOS VEINTE” Y LA GRAN DEPRESIÓN	179
11. LOS FASCISMOS	197
12. LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL	217
13. LA GUERRA FRÍA	243
14. LA DESCOLONIZACIÓN Y EL NEOCOLONIALISMO	263

15. LA PROTESTA EN LOS AÑOS SESENTA Y LOS NUEVOS MOVIMIENTOS SOCIALES	277
16. EL NUEVO ORDEN INTERNACIONAL	299
17. CIENCIA, CULTURA Y RELIGIÓN EN LA ÉPOCA CONTEM- PORÁNEA	315
ÍNDICE DE AUTORES	329
ÍNDICE DE FUENTES DOCUMENTALES	331

INTRODUCCIÓN

LA IMAGEN COMO RECURSO DIDÁCTICO

La renovación actual de la didáctica de la historia ha estimulado el uso de nuevas fuentes documentales y de apoyo a la enseñanza, como la literatura, el cine y otras manifestaciones artísticas o testimoniales. En este contexto, la tarea docente está incorporando a un ritmo cada vez mayor diversos materiales gráficos, a través de medios técnicos como el proyector de diapositivas, el retroproyector, el vídeo o el proyector acoplado a un ordenador. La imagen tiene una gran capacidad para transmitir conceptos y actitudes en poco tiempo y con una alta efectividad, y por tanto se puede convertir en un valioso instrumento para el profesor.

Como indican Martínez Ruiz y Maqueda Abreu, la imagen, “al codificarla, representa objetos, despierta vivencias, crea experiencias y asociaciones y nos construye un mundo real o, a veces, producto de la fantasía”¹. Por tanto, no sólo se puede utilizar como apoyo a la palabra, sino también como medio de aprendizaje en sí mismo. Su uso puede servir para ilustrar y enriquecer las lecciones y los seminarios, pero fundamentalmente como objeto de análisis y debate en las sesiones prácticas que los actuales planes de estudio fomentan. Actualmente vivimos en una sociedad que concede gran importancia a lo visual, hasta el punto de que se habla de la “civilización de la Imagen” para definir nuestros días². El alumnado universitario forma parte de esa cultura, se ha educado en buena parte a través de imágenes, por lo que el recurso a las mismas en las clases tiene una gran aceptación y, lo que es más importante, resulta de mucha utilidad para entender y aproximarse al momento histórico estudiado.

¹ Enrique MARTÍNEZ RUIZ y Consuelo MAQUEDA ABREU: *La Historia y las Ciencias Humanas. Didáctica y técnicas de estudio*, Istmo, Madrid, 1989, p. 181.

² Santos ZUNZUNEGUI: *Pensar la imagen*, Cátedra-Universidad del País Vasco, Madrid, 1995, p. 21.

La iniciación al mundo de las imágenes y de los intereses, objetivos y finalidades que las rodean no sólo puede convertirse en un útil instrumento de análisis histórico, sino además en una ayuda para comprender mejor el mundo en que vivimos: “Hoy más que nunca necesitamos una ética de la imagen; hay que enseñar a analizarla, usarla, disfrutarla, valorarla e, incluso, criticarla, y a defenderse de su manipulación, y todo eso sólo se puede conseguir con un aprendizaje «para la imagen»”³.

Entre las imágenes incorporadas a la docencia de la historia se ha extendido la utilización de medios audiovisuales, especialmente el cine y las series documentales⁴. Pero todavía no se ha explotado una destacada fuente de conocimiento y un notable complemento didáctico como es la ilustración, que ha formado parte de la vida cotidiana de las sociedades contemporáneas. Representa una de las manifestaciones que adopta la imagen fija, junto con la pintura o la fotografía.

UNA FUENTE PARA LA HISTORIA

El interés demostrado tradicionalmente por los historiadores hacia la imagen no ha sido excesivo. Pero a partir del desarrollo de la historia de las mentalidades se ha incrementado la preocupación por analizar los materiales iconográficos, desde las pinturas murales de las iglesias, a la fotografía o el cine. Esta nueva fuente de información y análisis cobra una especial importancia para la época contemporánea, periodo de multiplicación y uso masivo de las imágenes.

La imagen puede tener diversas lecturas⁵. En primer lugar, las ilustraciones son un reflejo de una sociedad, es decir, aportan destacada información sobre los gustos y la mentalidad de una época. Para ello deben ser analizadas con detenimiento y sentido crítico, que ha de potenciarse

³ Enrique MARTÍNEZ RUIZ y Consuelo MAQUEDA ABREU: *op.cit.*, p. 183.

⁴ Sobre el tema, vid. Ángel Luis HUESO MONTÓN: “Medios audiovisuales y enseñanza de la historia” en *Historia, Antropología y Fuentes Orales*, nº 18, 1997, pp. 103-108. Existe una abundante bibliografía sobre el cine y la docencia de la historia contemporánea: J.C. FLORES AUÑÓN: *El cine, otro medio didáctico. Introducción a una metodología para el uso del cine como fuente para las Ciencias Sociales*, Escuela Española, Madrid, 1982; J.E. MONTERDE: *Cine, historia y enseñanza*, Laia, Barcelona, 1986; J. FERNÁNDEZ SEBASTIÁN: *Cine e Historia en el aula*, Akal, Madrid, 1989; Marc FERRO: *Historia contemporánea y cine*, Ariel, Barcelona, 1995; “CINE, geografía e historia”, nº 11 de *Iber*, Barcelona, 1997; José María CAPARRÓS LERA: *100 películas sobre Historia Contemporánea*, Alianza, Madrid, 1997.

⁵ No compartimos la creencia de que el significado de una imagen es culturalmente contingente y que no es posible comprender más que el arte (y las imágenes) del presente, como indica Ivan GASKELL (“Historia de las imágenes” en Peter BURKE (ed.): *Formas de hacer Historia*, Alianza, Madrid, 1993, pp. 209-239).

entre los estudiantes. Como aprendices de historiadores que son, pueden llegar a distinguir la realidad histórica de la ficción, a través, entre otras fuentes, de las imágenes.

Según Régis Debray, “¿por qué es mejor ir a un museo de arte contemporáneo que a una biblioteca pública para captar los signos precursores de los cambios de mentalidad, de paradigma científico, de clima político?” Porque, en su opinión, la imagen se alimenta de fuentes menos vigiladas y controladas que la creación intelectual, responden más a impulsos y sentimientos⁶. Aun aceptando las palabras de Debray, precisamente las ilustraciones por las que nos interesamos se caracterizan por ser reelaboraciones de la realidad con una intencionalidad política o económica, que reflejan directa o indirectamente un momento histórico.

En segundo lugar, la imagen también es creadora de opinión, agente de influencia social, a través de un proceso de intervención que el historiador no puede soslayar⁷. Muestra la apariencia de una duplicación de lo real, pero el poder económico o político en ocasiones manifiesta interés por la ocultación o manipulación de imágenes, de forma que pueden pasar de ser un medio de revelar la realidad a una forma de ocultarla. No puede olvidarse, en este sentido, que entre los objetivos de la imagen se encuentran el beneficio económico y la difusión de mensajes institucionales.

Sin embargo, en este análisis habría que incluir también la crítica al orden establecido, como propaganda antisistema proveniente de sectores sociales excluidos o determinadas corrientes ideológicas. Incluso, en ocasiones, imágenes meramente informativas llegan a convertirse en una censura a las decisiones de un gobierno, como fue el celeberrimo caso de las imágenes televisadas de la guerra de Vietnam, que contribuyeron a crear un sentimiento anti-intervencionista en EEUU.

Como indica Díaz Barrado, “una imagen orienta el sentido de la opinión pública”⁸. Es de sobra conocida la gran capacidad movilizadora de las imágenes. Esta función cobró un especial significado en los siglos XIX y XX, debido al desarrollo de la prensa y la aparición de los carteles, la fotografía o el cine. Por otra parte, las imágenes contribuyen a crear una cultura -la cultura de la imagen-, y la memoria colectiva se articula cada vez más en torno a lo visual.

⁶ Régis DEBRAY: *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, Paidós, Barcelona, 1994, p. 102.

⁷ Fernando ARCAS CUBERO: “La imagen antes de la fotografía: grabado, pintura y caricatura de prensa en el siglo XIX” en *Ayer*, nº 24: *Imagen e historia*, 1996, pp. 25-39. Insiste en la capacidad de distorsión de la realidad Santos ZUNZUNEGUI: *op.cit.*, pp. 21-23.

⁸ Mario P. DÍAZ BARRADO: “Introducción: La Imagen en Historia” en *Ayer*, nº 24: *Imagen e historia*, 1996, pp. 17-24, cita de p. 19.

En tercer término, al analizar una imagen debe tenerse en cuenta que su autor puede ser un personaje conocido o un simple dibujante anónimo, en cuyo caso el creador espiritual es aquel grupo o poder al que representa. De cualquier modo, el autor reelabora la realidad y a la vez es influido por la sociedad en la que vive. Se ha realizado una crítica a la creencia de que la función del historiador ante la imagen es simplemente la de decodificar los mensajes cifrados que emitió el autor. Obviamente es más complicada, ya que hay que tener en cuenta las influencias que marcaron al autor -explícitas, como la censura y los incentivos económicos, o más difusas, como los valores imperantes del periodo histórico en el que vive-, pero también incluye dicha decodificación. Para realizar un análisis iconográfico correcto se deben identificar los símbolos más frecuentes en la época y su significado, además de los rasgos de originalidad del autor, con el fin de llegar a conocer los significados implícitos de una imagen. En ocasiones se trata de creaciones con características muy particulares que arrojan luz tanto sobre el autor como sobre el momento histórico, como muchas de George Grosz o Daumier reproducidas en este trabajo.

En cuarto lugar, para profundizar en el conocimiento del pasado, no nos podemos limitar a estudiar cuáles eran los mensajes emitidos desde los centros de poder -o contrapoder- político y económico, sino que debemos aproximarnos además a las respuestas sociales a los mismos, es decir, qué era lo que sentían británicos, argelinos o chinos ante determinadas imágenes. Hay que tener en cuenta por tanto al receptor, es decir, a qué público se dirigía el mensaje representado en la imagen. En este sentido se habla de la importancia de la mirada, es decir, de la percepción que desde una determinada cultura se hace de una imagen⁹.

La relación entre imagen y destinatario tiene un doble sentido, ya que no sólo influye el mensaje iconográfico en el público al que va dirigido, sino que la ilustración se adapta a sus posibles receptores, tanto en el contenido como en la forma -basta con comparar, por ejemplo, las caricaturas que forman parte de la cultura obrera, de factura con frecuencia burda, con los refinados carteles publicitarios de objetos de lujo, ambos de la misma época-. Cuando las ilustraciones se dirigían a un público amplio, como es el caso de muchas de las que aquí nos ocupan, la estética se adaptaba al gusto popular que, no obstante, con el tiempo se fue educando.

LA IMAGEN Y LAS MASAS EN LOS SIGLOS XIX Y XX

La época contemporánea vive la irrupción de las masas, el pueblo, en la historia. Esta nueva configuración social comienza a partir de la

⁹ Vid. *Las edades de la mirada*, Universidad de Extremadura, Cáceres, 1996.

revolución industrial y la creación de la sociedad de clases, urbana y de consumo. Es producto también de la incorporación de las clases populares a la vida política, a través de movimientos revolucionarios –que reclaman la libertad de expresión y asociación o la defensa de la igualdad- y de la democratización de los regímenes liberales.

La imagen moderna surgió como un complemento del texto, como ilustración de la palabra escrita en prensa, libros o carteles. Tras un largo proceso, en la actualidad la imagen ha ganado la batalla a la palabra, como puede comprobarse con la trascendencia social e informativa de la televisión y el entorno multimedia¹⁰.

La difusión de las imágenes en la sociedad de masas puede dividirse en varias etapas¹¹. De principios del siglo XIX a 1870 tiene lugar un gran desarrollo de las publicaciones periódicas, gracias a la incorporación de nuevas técnicas de impresión, como la litografía, la xilografía o la prensa con rotativa de bobina, que permiten grandes tiradas y ediciones de alta calidad. Según Juan Antonio Ramírez ofrecieron a la burguesía un poderoso instrumento de penetración ideológica, a través de la difusión de imágenes, en una época con importantes índices de analfabetismo¹², aunque fueron utilizadas asimismo por el movimiento obrero. El nacimiento de la fotografía supone toda una revolución de la imagen.

En esta época nacen los primeros periódicos ilustrados y la imagen se convierte en reclamo para la prensa y los libros. Pero “la ilustración deja de ser un recurso ornamental destinado a embellecer y encarecer el producto, ahora permite completar la información escrita, incluso sustituirla, y, así, aumentar el interés del lector-receptor. Las imágenes han aumentado considerablemente su condición informativa”¹³. Además de esa nueva función, aparecen en el siglo XIX temas iconográficos novedosos, como la vida cotidiana y la realidad social. Por influencia de la fotografía transmite una sensación de instantaneidad, tanto de hechos históricos destacados como de costumbres y sucesos cotidianos¹⁴.

¹⁰ Mario P. DÍAZ BARRADO: “Historia y fotografía: la memoria en imágenes” en *Historia, Antropología y Fuentes Orales*, nº 19, 1998, pp. 23-45, cita de p. 28.

¹¹ Sobre esta evolución, vid. Juan Antonio RAMÍREZ: *Medios de masas e Historia del Arte*, Cátedra, Madrid, 1992. Un completo estudio de la evolución de los medios de comunicación desde finales del siglo XIX a la actualidad en Jesús TIMOTEO ÁLVAREZ: *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo*, Ariel, Barcelona, 1987, pp. 50-138. Sobre las innovaciones introducidas en la imprenta: Henri-Jean MARTIN: “La imprenta” en Raymond WILLIAMS (ed.): *Historia de la comunicación, 2-De la imprenta a nuestros días*, Bosch, Barcelona, 1992, pp. 9-62.

¹² Juan Antonio RAMÍREZ: *op.cit.*, p. 46.

¹³ Valeriano BOZAL: *El siglo de los caricaturistas*, Historia 16, Madrid, 1989, p. 8.

¹⁴ *Ibidem*, p. 33.

Se consideran especialmente los años 1870-1914 como la edad de las masas¹⁵. Se trata de una época caracterizada por la modernización de los hábitos y el desarrollo de nuevas formas de cultura colectiva -cine, deporte-, por la aparición de comportamientos emocionales y sentimientos colectivos que con frecuencia la política trata de encauzar y manipular y por la aparición de la opinión pública, (de)formada a través de una prensa muy accesible por su reducido precio.

Los periódicos de gran tirada se convierten en un objeto de consumo de masas y ejercen una gran influencia sobre sus lectores, que se sienten identificados con las opiniones que defiende su diario preferido. Aparece el sensacionalismo (Pulitzer) y la prensa amarilla (Hearst). La expansión de las publicaciones periódicas fue posible por el desarrollo de medios técnicos que permitieron una rápida edición -la linotipia, las planchas gráficas- y por el telégrafo, que facilitó la circulación de noticias. Se explica también por la difusión del sistema educativo o la ampliación de la libertad de expresión. Las ilustraciones desempeñaron un destacado papel en el amplio eco que la prensa encontró entre las clases populares. Aunque los medios de comunicación de la época manipulan a la población, la prensa se erige también en difusora de la cultura obrera, contribuyendo en ambos casos a la movilización de las masas¹⁶.

El cartel se convirtió en estos años en un elemento imprescindible de la publicidad comercial y cultural, y con él las imágenes inundaron las calles y las llenaron de colorido, ejerciendo un fuerte impacto en la sensibilidad óptica de las masas¹⁷. La prensa ilustrada, el cartel, el cómic y el cine dieron lugar a una cultura visual nueva, que permitía una aproximación al relato sensitiva, directa y colectiva, pero que convivía con la tradición literaria¹⁸. Las imágenes estereotipadas, como la del varón superior a la mujer o la civilización occidental dirigente natural del resto de la humanidad, contribuyeron a conformar la cultura del momento, un concepto determinado de la apariencia del mundo. La imagen dejó de ser patrimonio exclusivo de las clases adineradas para pasar a ser un componente de la vida cotidiana de todos los grupos sociales¹⁹.

La gran guerra inaugura una nueva etapa, que se cierra con el estallido del segundo conflicto bélico internacional en 1939. Como indica Jesús Timoteo Álvarez, no puede entenderse el siglo XX sin hacer referencia a

¹⁵ Vid. Juan Pablo FUSI AIZPURUA: "La Edad de las Masas (1870-1914)", en *Historia Contemporánea*, Bilbao, nº 4, 1990, pp. 261-172.

¹⁶ Jesús TIMOTEO ÁLVAREZ: *op.cit.*, pp. 20-22.

¹⁷ Juan Antonio RAMÍREZ: *op.cit.*, pp. 126-130.

¹⁸ *Ibidem*, p. 113.

¹⁹ Garth S. JOWETT: "Imágenes de largo alcance" en Raymond WILLIAMS (ed.): *op.cit.*, pp. 117-156, cita de pp. 127-130.

la información, la propaganda y la comunicación²⁰. La propaganda, ya sea política o económica, es definida como “sugestión o influencia en las masas mediante la manipulación de los símbolos y la psicología individual”. Tiene la finalidad de que “el destinatario de la llamada llegue a aceptar «voluntariamente» esta posición como si fuese suya”²¹. La propaganda no busca informar, por tanto, sino persuadir. En este sentido, la imagen cumple las funciones de incitar al consumo y alentar mitos políticos e ideales colectivos.

La primera guerra mundial supuso la consolidación del estrecho vínculo entre medios de comunicación, imágenes y las masas, pues introdujo la novedad de la propaganda emanada desde el Estado. Los poderes públicos utilizaron diversas técnicas de persuasión a través de la imagen. Lanzaron llamadas a la sociedad a favor del reclutamiento y la producción para la contienda y emprendieron campañas de demonización del enemigo por medio de numerosos y originales carteles. Censuraron la información que llegaba de los frentes y desalentaron a los soldados del bando contrario con octavillas. Tras el triunfo de la revolución soviética, los bolcheviques implantaron una amplia campaña educativa y propagandística para llevar la doctrina comunista hasta los últimos rincones de la URSS.

Los fascismos son otro fenómeno histórico característico de la sociedad de masas. La implantación de los regímenes fascistas no pueden entenderse sin tener en cuenta el papel desempeñado por los medios de comunicación y de la propaganda política. El caso de Alemania es paradigmático, debido a la política de Goebbels, ministro de propaganda del Estado nacional-socialista. A través de la radio, el cine, la prensa y los carteles se utilizaron los sentimientos colectivos. Goebbels se sirvió de diversas técnicas de gran efectividad como la repetición y sencillez de los mensajes, la creación de sentimientos que aglutinaran a la población o el recurso a símbolos históricos, entre otras.

En la segunda guerra mundial se afianza la importancia de los medios de comunicación como instrumentos de información y propaganda. El régimen nazi les dedicó mucha atención, no sólo en Alemania sino también en los territorios ocupados, convencido de su gran capacidad de persuasión. Los norteamericanos y los británicos llegaron a difundir rumores de atrocidades perpetradas por los alemanes que en ocasiones eran falsas o exageradas para justificar su participación en el conflicto bélico. La radio

²⁰ Jesús TIMOTEO ÁLVAREZ: *op.cit.*, p. 8.

²¹ Anthony PRATKANIS y Elliot ARONSON: *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión*, Paidós, Barcelona, 1994, pp. 28-29.

adquiere un destacado peso en esas campañas, pero no desbanca a los carteles o la prensa. El uso de octavillas se multiplicó, tanto para infundir ánimos entre los combatientes del propio estado, como para desmoralizar al enemigo.

Durante la guerra fría en ambos bandos se llevó a cabo una intensa propaganda que pretendía deshumanizar al enemigo, culparle de la escalada armamentística y convencer a la población de que el propio sistema económico era el ideal. A ello se dedicaron infinidad de películas, programas de radio, artículos e ilustraciones en la prensa y un nuevo medio, la televisión, que pronto se convirtió en el que mayor influencia social ejercería. De forma paralela, en la segunda mitad del siglo el mundo occidental experimenta un boom de la publicidad comercial, debido a un ininterrumpido crecimiento económico, hasta los años setenta²³. La protesta en el mundo del bienestar y los nuevos movimientos sociales o la descolonización también tienen su reflejo en los medios de comunicación, a su vez los utilizan como instrumento de lucha o acción.

Las dos últimas décadas del siglo XX han visto surgir nuevos medios de información –informática y multimedia–, que dan lugar a la actual sociedad de la información. En nuestros días, la propaganda se realiza a través de la manipulación en los regímenes dictatoriales o por medio de la selección de noticias en las democracias. Las crónicas periodísticas deben resultar atractivas dada la competencia, por tanto se suelen escoger imágenes impactantes, violentas –“la noticia es espectáculo”–, lo cual supone una deformación de la realidad y contribuye a crear una determinada visión de la misma²⁴. Los medios de comunicación difunden en la actualidad un pensamiento que muchos califican de “único”, que dificulta la reflexión y la crítica²⁵.

LA PROPAGANDA Y LA PUBLICIDAD EN IMÁGENES

Con la selección de imágenes que presentamos a continuación no intentamos abarcar en todas sus facetas la totalidad de acontecimientos que vivió la humanidad a lo largo de los siglos XIX y XX, pero sí algunos de los básicos, que puedan resultar de interés para su utilización en la enseñanza de la Historia Contemporánea Universal.

²³ Sobre la publicidad comercial de esta época, vid. entre otros el libro de William MEYERS: *Los creadores de imagen*, Ariel, Barcelona, 1991.

²⁴ Anthony PRATKANIS y Elliot ARONSON: *op.cit.*, pp. 304-308.

²⁵ Definí este concepto, que tanta aceptación ha tenido, Ignacio RAMONET (vid., entre otras, su obra *La tiranía de la comunicación*, Barcelona, 1998). Ha dedicado muchas páginas a esta cuestión Noam CHOMSKY (*Ilusiones necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas*, Libertarias-Prodhufo, Madrid, 1992 o *Cómo nos venden la moto*, Icaria, Madrid, 1995).

Las imágenes escogidas tuvieron una gran influencia sobre amplias capas de la sociedad y formaron parte de la cultura popular, ayudaron a conformar sentimientos colectivos, mitos ideológicos, gustos estéticos y deseos de consumo. No se contemplan en esta obra otros componentes del amplio universo de la imagen, como la pintura, la fotografía, el cómic, el cine o la televisión.

En concreto, se propone estudiar la movilización política a través de carteles y octavillas. Los carteles se caracterizan normalmente por servirse de un lenguaje popular, por el recurso a formas simples y a un gran colorido para obtener una mayor efectividad y por un uso frecuente del humor²⁶. El cartel político se utilizó de forma masiva en las dos guerras mundiales, la revolución soviética y los fascismos²⁷. Las octavillas fueron un elemento muy destacado de la guerra psicológica a partir de 1914 y hasta la actualidad²⁸. Reflejan una de las principales características de los conflictos contemporáneos, la implicación de toda la sociedad en la contienda, pues iban dirigidas no sólo a los combatientes, sino también a la población civil.

La crítica política y social se podrá analizar recurriendo a la caricatura, las ilustraciones reivindicativas y las cómicas. La caricatura es “realista en sus contenidos, satírica en sus formas, encuentra un espacio propio en el periodismo, como periodismo gráfico de propaganda, crítica y captación del instante político de mayor actualidad”²⁹. Se basa en la deformación y la parodia, refleja una actitud crítica, destructiva, pero con un fondo moral e idealista³⁰. En ocasiones proponen modelos alternativos de sociedad, como en el caso del movimiento obrero, en otras sólo un mejor funcionamiento del sistema democrático, como muchas editadas en la guerra fría³¹.

En tercer y último lugar, el análisis de la publicidad comercial es otro de nuestros intereses, a través de los carteles y de los anuncios en la prensa.

²⁶ John BARNICOAT: *Los carteles. Su historia y su lenguaje*, Gustavo Gili, Barcelona, 1997.

²⁷ Son muy interesantes también los carteles republicanos de la guerra civil española, que no vamos a tratar aquí. Uno de los principales cartelistas del momento fue Josep RENAU. Vid. su *Función social del cartel*, Fernando Torres, Valencia, 1976.

²⁸ Las octavillas reproducidas en esta obra han sido extraídas del magnífico catálogo *Rendeix-te! Fulls volants i guerra psicològica al segle XX*, Centre de Cultura Contemporània de Barcelona-Diputació de Barcelona, Barcelona, 1998.

²⁹ Javier FISAC SECO: “Humor y caricatura en los tiempos de Stalin, Truman y Jruschev o la caricatura política en la guerra fría, 1946-1963”, en *La caricatura política en la guerra fría: 1946-1963*, Universitat de València, Valencia, 1999, p. 11.

³⁰ Valeriano BOZAL: *La ilustración gráfica del siglo XIX en España*, Comunicación, Madrid, 1979, p. 81 y Fernando ARCAS CUBERO: *op.cit.*, p. 38.

³¹ Algunas de las ilustraciones de este periodo provienen del interesante catálogo *La caricatura política en la guerra fría: 1946-1963*, *op. cit.*

El cartel comercial se desarrolla en especial a partir de 1870, con gran formato y colorido, difundiendo las virtudes de artículos comerciales o de diversiones y espectáculos. Vivió una época de esplendor con el desarrollo del Art Nouveau y las vanguardias³². En la segunda mitad del siglo XX, de la mano de la expansión económica y la sociedad de consumo en el mundo occidental, la publicidad comercial se perfeccionó y amplió su capacidad de influencia.

Podemos observar una serie de elementos comunes en la mayor parte de las ilustraciones. Uno de ellos es la representación de los principales valores de una sociedad a través de imágenes convencionales. Resulta muy interesante observar cómo los símbolos y estereotipos pasan de una época a otra, cobrando con frecuencia un nuevo sentido. Sobre la base de una doctrina y una iconografía cristiana, se añaden nuevas mitologías, la tradición de la revolución francesa, los símbolos nacionales o rasgos de la cultura obrera.

Las ilustraciones provocan reacciones que no siempre resultan ser racionales. El recurso a valores y sentimientos primarios -amor, miedo, familia, patria, heroísmo- que garantizan el poder de persuasión y la eficacia de las imágenes es otra característica que se repite con frecuencia. La deformación de la realidad es una más, tanto en el caso de la caricatura, que tiene un significado predominantemente crítico, como en el de la idealización, ya sea en la publicidad comercial o en los mensajes patrióticos, que prometen un conjunto de cambios satisfactorios muchas veces imposibles de alcanzar.

Un comentario especial merece la aparición constante de representaciones de mujeres en todo tipo de ilustraciones. La figura femenina es protagonista indiscutible de la publicidad de todas las épocas y se le utiliza con frecuencia en la propaganda política, como símbolo de la revolución, de la patria, de la unidad de los trabajadores o de la familia³³.

Las ilustraciones que siguen se inscriben en el marco de la propaganda política, la crítica social y la publicidad económica. Todas ellas tienen una intencionalidad política o económica, no documental. Son imágenes por tanto emanadas desde las instituciones públicas, las empresas y también desde sectores que buscan una alternativa al poder político y económico. Las caricaturas, los carteles o las ilustraciones cómicas, más allá de su

³² Vid. la obra ya citada de John BARNICOAT.

³³ Resulta un ejercicio interesante el análisis de la representación femenina en las imágenes emanadas por corrientes ideológicas de muy diferente cariz. Sobre esta cuestión vid., por ejemplo, la aportación de Mireia FREIXA: "Les images de la dona a l'art català" en Mary NASH (ed.): *Més enllà del silenci: les dones a la història de Catalunya*, Generalitat de Catalunya, Barcelona, 1988, pp. 191-205.

posible función informativa, se pueden convertir en armas políticas o económicas. Ayudar a entender su significado pleno es el objetivo de este libro, potenciando el sentido crítico de los estudiantes que se inician en el oficio de historiador.

1. LA REVOLUCIÓN FRANCESA. LA ERA DE NAPOLEÓN. LA RESTAURACIÓN

Las caricaturas revolucionarias muestran un amplio descontento social momentos antes del estallido de la protesta de 1789 y tratan de difundir los principales ideales del liberalismo. Dirigen sus ataques a los estamentos del clero y la nobleza que están en trance de perder su posición privilegiada. Se les acusa de vivir a costa del pueblo, del Tercer Estado, al que exprimen por medio de altos impuestos. También la familia real es objeto de críticas, por sus abundantes gastos y despreocupación por la marcha del país. El triunfo de la revolución transformará las relaciones sociales, hasta el punto de que serán nobles y clérigos los que mantengan al pueblo, según la imaginación revolucionaria. Algunos de los logros de la revolución son saludados con alegría, como la abolición de la esclavitud, que no siempre fue aplicada.

La participación directa de las clases populares en el proceso revolucionario se traduce en la irrupción de imágenes dirigidas ya no sólo a las clases ilustradas, sino en ocasiones también al pueblo llano. El desarrollo de la prensa y de los clubes favorece la difusión de las nuevas ideas revolucionarias.

Si los dibujantes partidarios de la revolución insisten en los conceptos de justicia y libertad, no faltan las caricaturas contrarias a la misma, que suponen una crítica al “Terror” llevado a cabo por Robespierre y por los *sans-culottes*, a lo que representan como seres sanguinarios y crueles. En ellas el movimiento revolucionario queda reducido al caos y la guillotina.

Napoleón también fue alabado y criticado por medio de la sátira política, que lo representaba como un gran conquistador que derrotó a las potencias absolutistas o como un déspota. La restauración del absolutismo, tras el Congreso de Viena, supuso la reorganización del mapa de Europa y la vuelta al poder de regímenes que persiguieron el ejercicio de las libertades, pero la semilla revolucionaria estaba ya sembrada y la protesta ante los métodos autoritarios no se detuvo.

1- El Tercer Estado soporta la carga del clero y la nobleza.

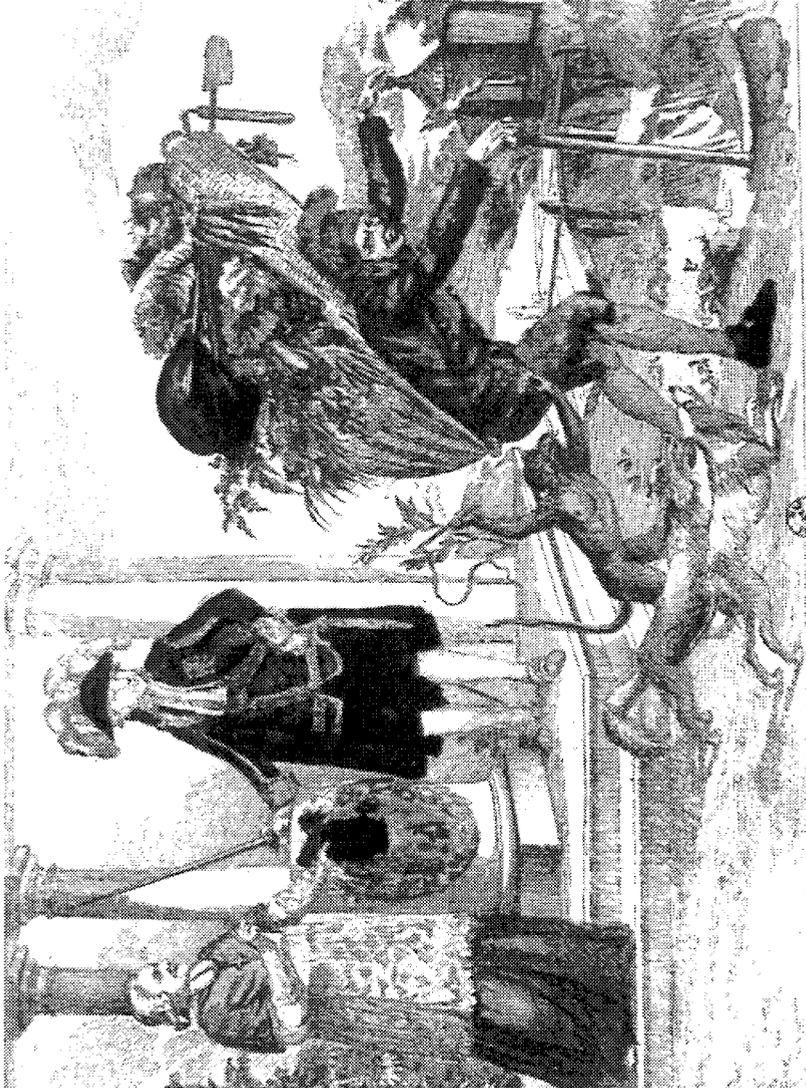


“Cabe esperar que este juego acabe pronto”.

2- Los impuestos del clero y la nobleza aplastan al Tercer Estado.



3- El Tercer Estado lleva sobre sus hombros todas las obligaciones.



“Esta situación no durará siempre”.

4- La familia real derrocha los fondos del país.



“Sacrificios a la fuerza”.

5- La revolución cambia el orden social.

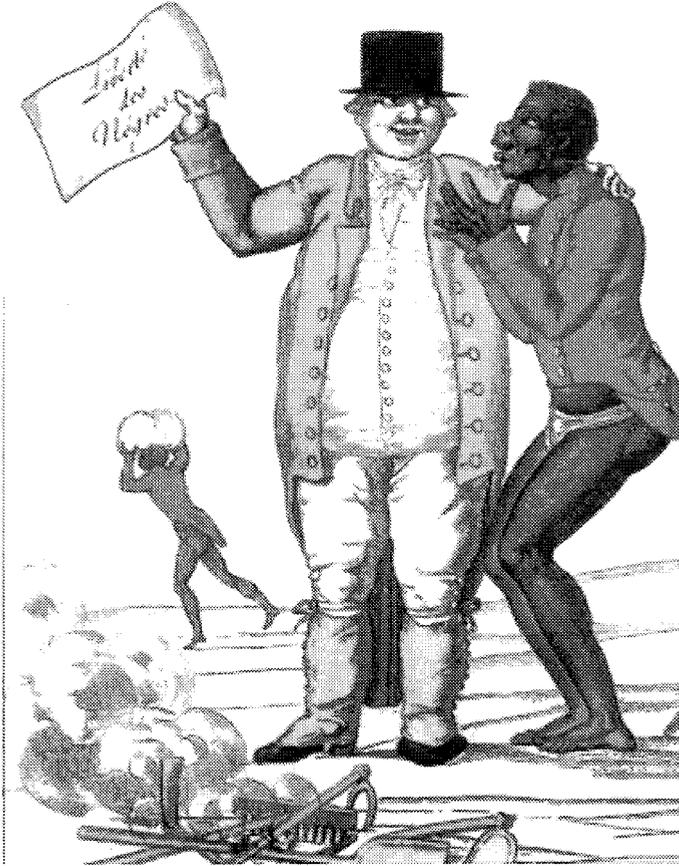


“Viva el buen padre del Pueblo.
Sabía que llegaría nuestro turno”.

6- El clero debe devolver las riquezas acumuladas.



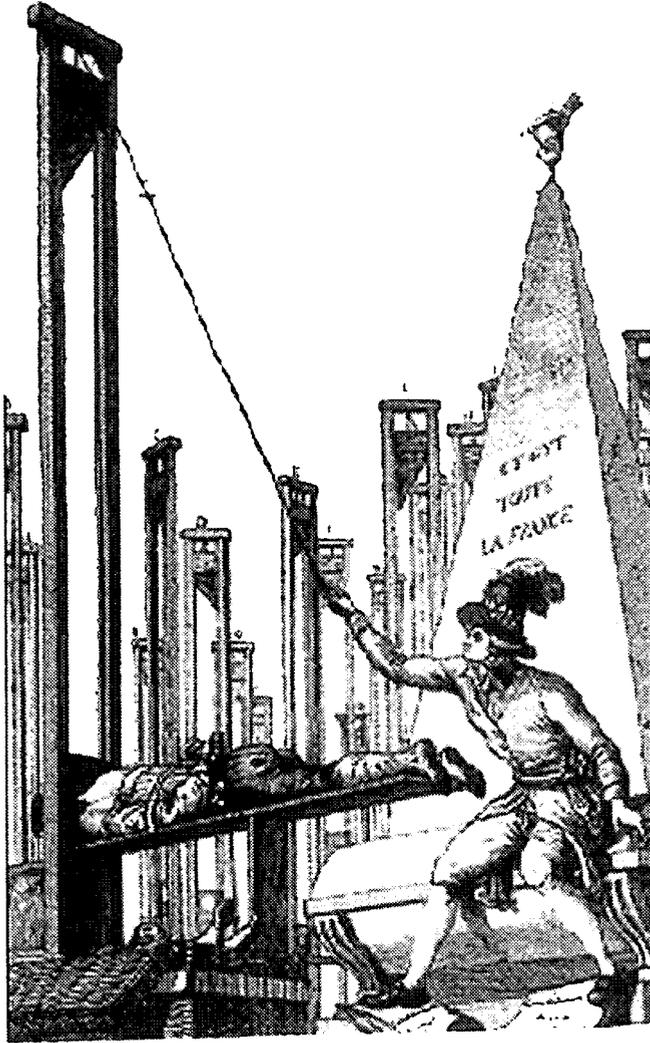
“Os toca el turno, monseñor”.

7- Abolición de la esclavitud.

8- Robespierre depura a girondinos y jacobinos.



9- El "Terror" (I): Robespierre guillotina al verdugo después de haber ajusticiado a todos los franceses.



Grabado de 1791.

10- El "Terror" (II): crítica a los *sans-culottes*.



“*Sans-culottes* reponiéndose de un duro día de trabajo”, 1792.

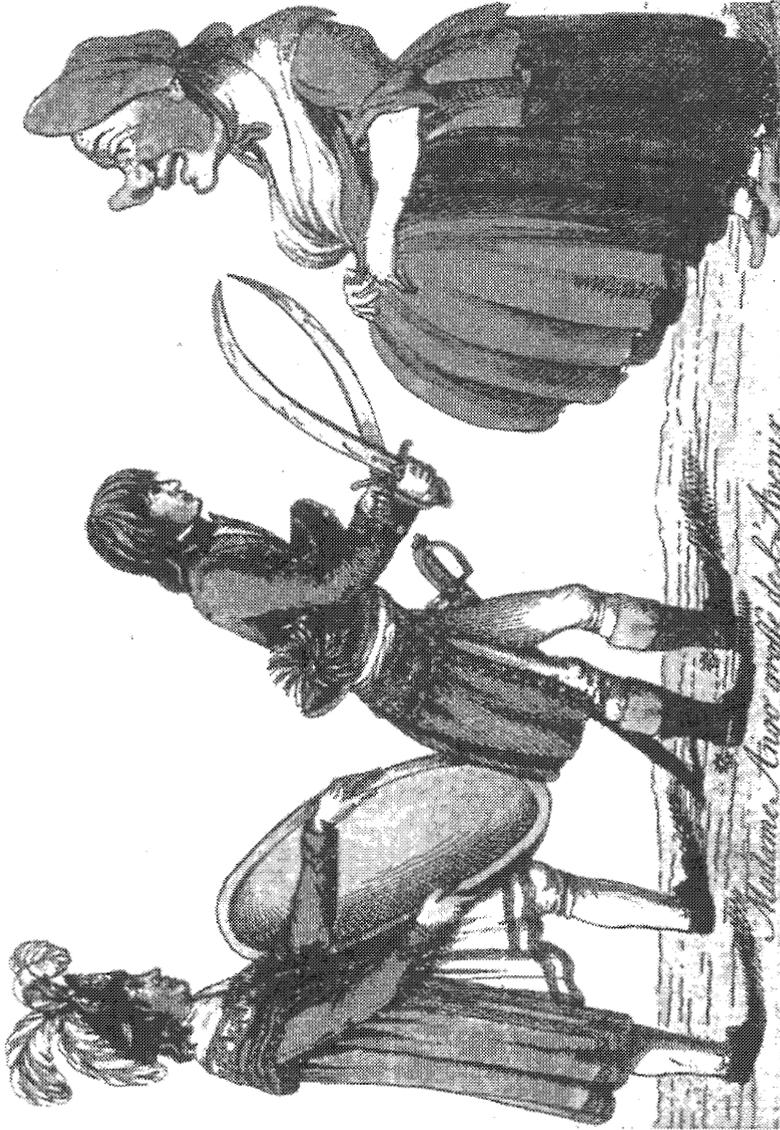
11- Caricatura de la libertad de prensa.

Grabado de 1797.

12- Pasión por la prensa.

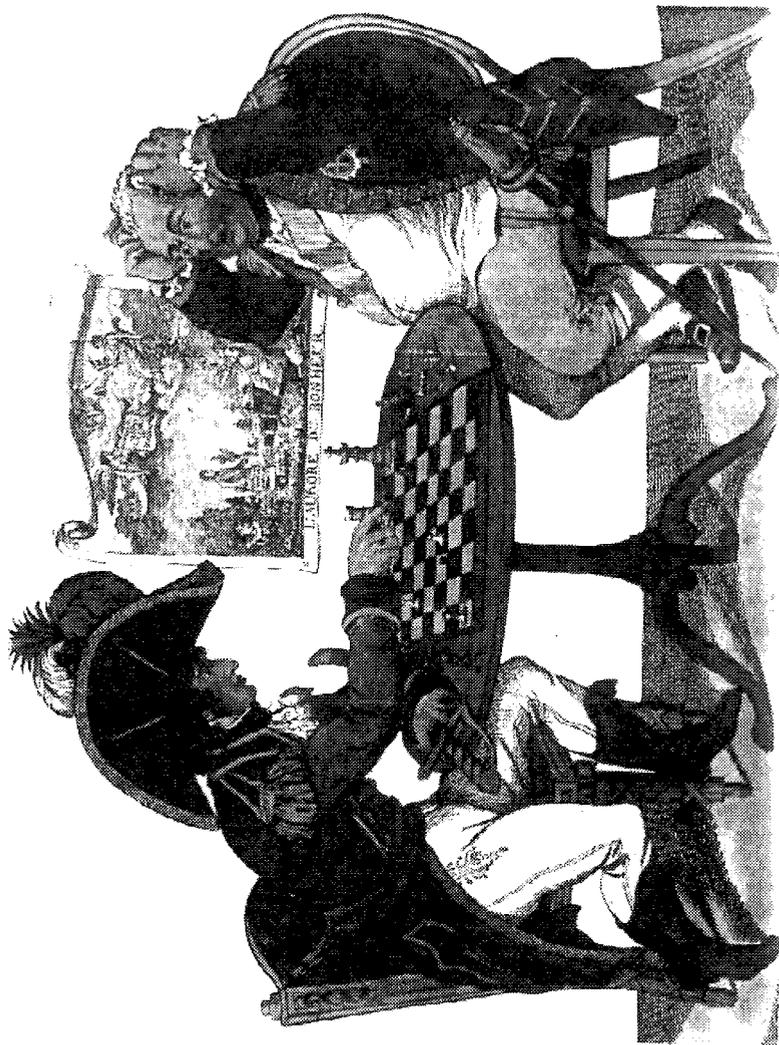


13- El 18 de Brumario.



“Los últimos momentos de la República”, De Vinck.

14- Las victorias de Napoleón.



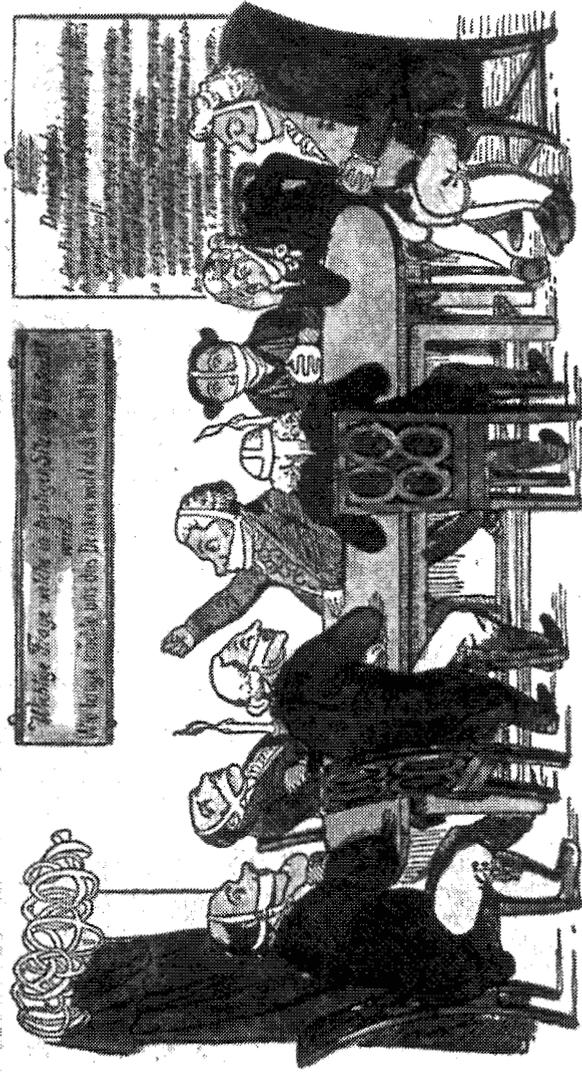
Napoléon derrotó a Jorge III, rey de Inglaterra.

15- La restauración y los cambios de fronteras en Europa.



Caricatura del Congreso de Viena. Napoleón es el segundo por la derecha y Tayllerand aparece debajo de la mesa.

16- Represión de las libertades.



“Importante cuestión a debatir en la sesión de hoy: ¿Cuánto tiempo se nos estará permitido pensar?”

2. LAS REVOLUCIONES DE 1820, 1830 Y 1848

Durante la primera mitad del siglo Europa se ve sacudida por varios ciclos revolucionarios, en los que son protagonistas las nuevas corrientes ideológicas del liberalismo y el nacionalismo, a las que se unen en 1848 reivindicaciones de tipo democrático. En estos años, la caricatura política cumple la función de provocar el debate en torno a tales ideas, contribuyendo a su difusión con la crítica al absolutismo.

En el ciclo de 1820 destaca la guerra de independencia de Grecia, el primer territorio europeo que pierde el imperio otomano. Ante la debilidad otomana, los Balcanes se convierten en una región que despierta los intereses imperialistas de potencias occidentales como Gran Bretaña y Rusia.

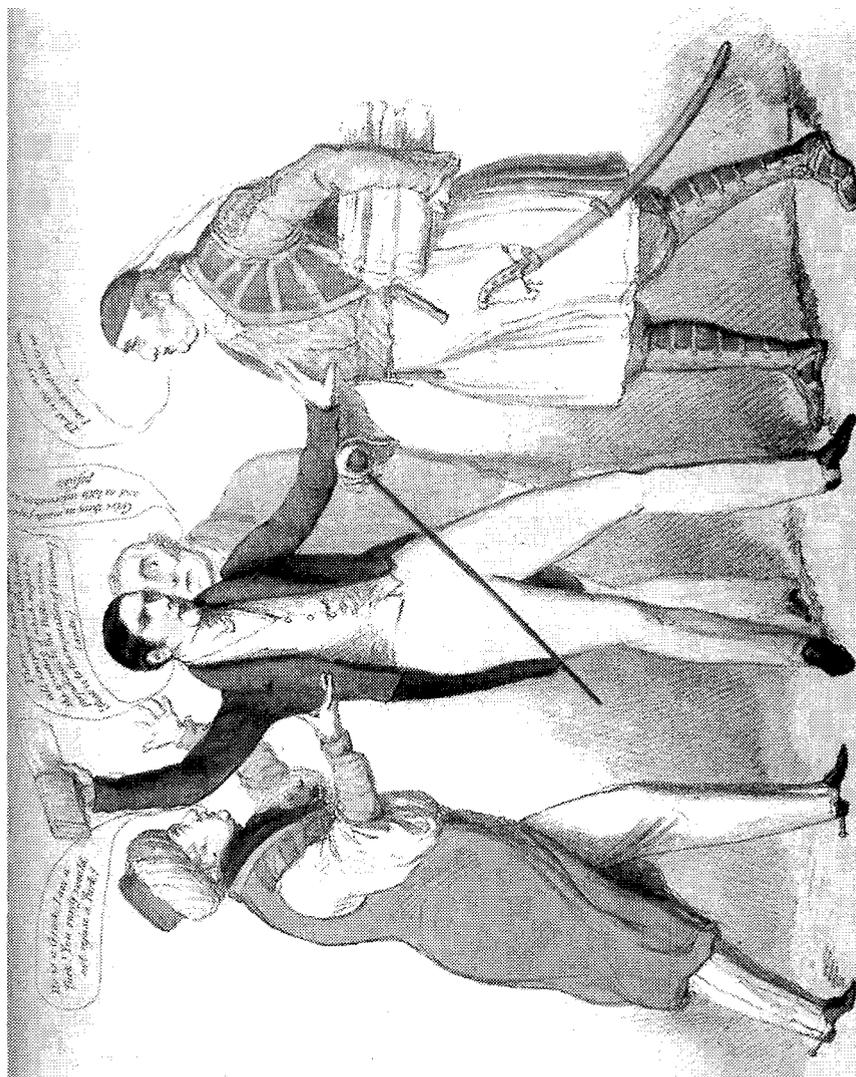
El proceso revolucionario de 1830 en Francia provocó el derrocamiento de Carlos X y el acceso al trono de Luis Felipe, rey que dice defender el liberalismo y acepta el principio de soberanía nacional. Pronto abandona los postulados liberales y asume todo el poder, evolución que será muy criticada por los caricaturistas de la época, como el conocido Daumier, hasta que en 1835 se limitó la libertad de expresión. En 1830 también Bélgica obtiene su independencia del reino de los Países Bajos, instituido en el Congreso de Viena. Los belgas se sienten perjudicados por la unión con Holanda, lo cual da lugar al desarrollo de un sentimiento nacionalista que estalla en ese año.

Las revoluciones de 1848, la “primavera de los pueblos”, suponen un fuerte impulso en la identidad nacional de distintos pueblos europeos sometidos a estados plurinacionales, como los imperios austríaco, ruso y otomano. En el primero de ellos, checos y húngaros protagonizaron importantes protestas. También comienzan los procesos unificadores de Italia y Alemania, que se contemplan en el capítulo siguiente. Otras dos consecuencias de las revoluciones de 1848 se concretan en un importante

avance del liberalismo en Europa occidental y en el desarrollo del movimiento obrero.

La revolución de 1848 en Francia dio lugar al establecimiento de la II República y la extensión de numerosas libertades y derechos: el sufragio universal, la libertad de reunión y de expresión, el derecho a la huelga, etc. A finales de 1848 fue elegido presidente el sobrino de Napoleón Bonaparte, Luis Napoleón, que en 1852 se proclamaría Napoleón III, instituyendo el II Imperio francés. Una vez más se aprobaron medidas legales que restablecieron la censura.

1- Intereses encontrados en torno a Grecia (I).



2- Intereses encontrados en torno a Grecia (II).



Gran Bretaña: “Hola, suelta eso o te perseguiré inmediatamente.”

Francia: “Yo querría un pedazo.”

Austria: “Por Dios, se está llevando toda Grecia.”

Grecia: “Sálvame, amigo mío.”

3- Triste final de los revolucionarios de julio de 1830 en Francia.



Publié dans le journal la Caricature, le Magazine de Caricatures, Galerie Vivier-dodat.

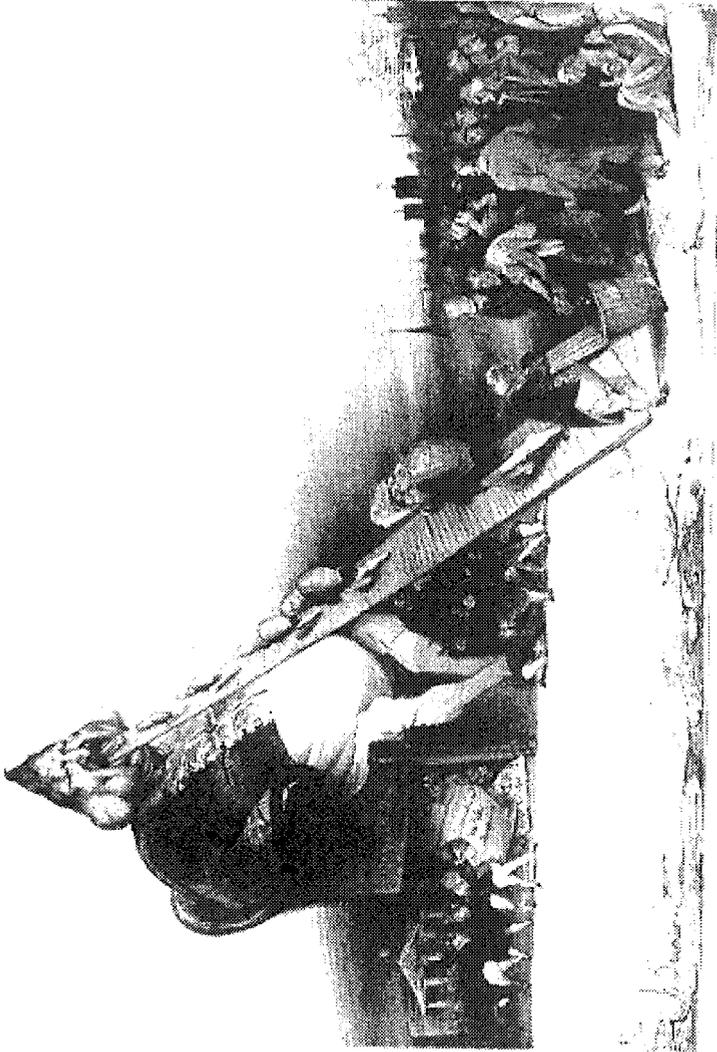
Lith. de Delessert.

UN HÉROS DE JUILLET,

Maï 1831.

“Un héroe de julio”, Daumier. Mayo de 1831.
En el abrigo, recibos de montes de piedad. En la piedra, “último
recurso”.

4- Caricatura de Luis Felipe como Gargantúa.



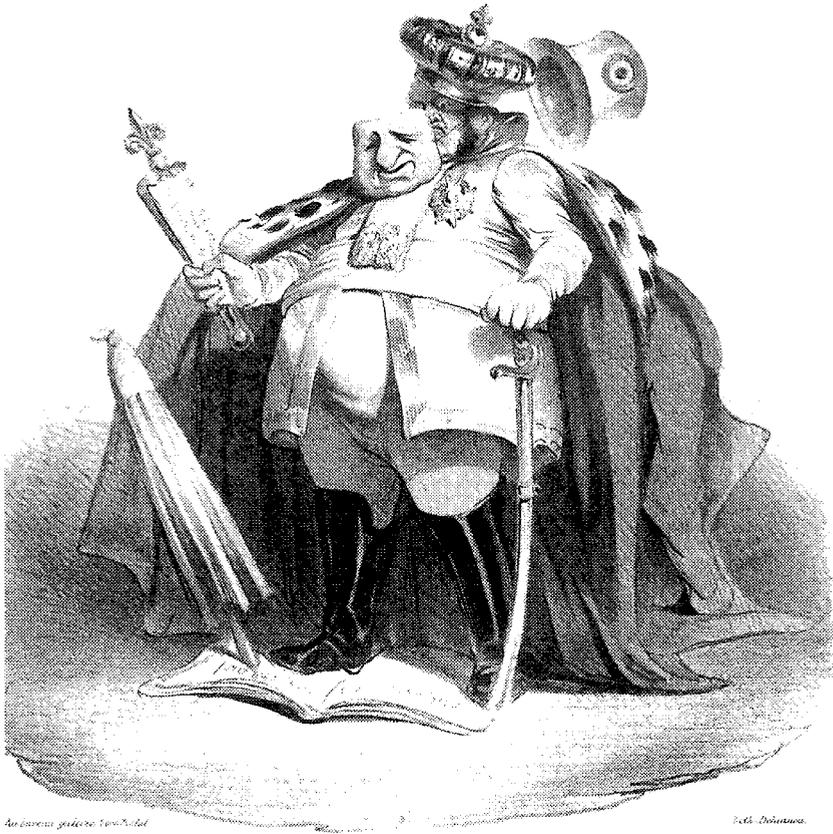
Daumier, diciembre de 1831.

5- Crítica del cambio político de Luis Felipe (I).



“El pasado, el presente, el futuro”, Daumier.
La Caricature, 9 de enero de 1834.

6- Crítica del cambio político de Luis Felipe (II).



Principal acteur d'un imbroglio-tragi-comique

“Actor principal de un embrollo tragicómico”, Daumier.

Le Charivari, 29 de marzo de 1835.

El rey pisotea las prerrogativas del parlamento.

7- El recuerdo de la independencia belga.

Le Face à Main

Journal hebdomadaire illustré

Le numéro 2 francs Abonnement 20 francs For. Étranger 25 francs
PROCESSEMENT OFFICIEL des Jours des Lignes Belges...
Éditions de la Face à Main, 10, rue de la Liberté, 100, Bruxelles.
Imprimerie de la Face à Main, 10, rue de la Liberté, 100, Bruxelles.



De gauche à droite: Hainaut, le Comté de Luxembourg, Jéru-Croix, Luxembourg, Gandstadt de Brabant, Liège, Flandre Occidentale, Jean-Baptiste, Flandre-Occidentale, Philippe le Bon, Hainaut, Charrier de Valenciennes, Arrons, Ekeren, Brabant, l'école de Lorraine, Apennin, 1830-1930.

En 1930 se afirma que Bélgica no tiene sólo un siglo de existencia, sino tantos como el cristianismo.

Le Face à Main, 19 de julio de 1930.

9- El recorte de las libertades bajo Luis Napoleón.



“Un parricida”, Daumier. *Le Charivari*, 16 de abril de 1850.
Thiers y su Ley de Prensa.

10- La Segunda República francesa y los defensores de Luis Napoleón.

- “Bella dama, ¿querría aceptar mi brazo?”
 - “Vuestra pasión es demasiado súbita para que pueda creer en ella.”
- Daumier, *Le Charivari*, 25 de septiembre de 1851.

11- El destino del imperialismo francés.



“¿A quién le toca?”, Daumier.
Le Charivari, 31 de octubre de 1870.
Título: “Museo de los soberanos”

3. LAS UNIFICACIONES DE ITALIA Y ALEMANIA

La aparición de dos nuevos países en la Europa decimonónica, Italia y Alemania, estuvo acompañada de una amplia campaña propagandística a favor del nacionalismo y de la unidad de esos pueblos. En ambos, la creación de un sentimiento nacional fue una de las principales prioridades de los dirigentes políticos partidarios de la unidad, preocupación que se prolongó incluso hasta bien entrado el siglo XX.

En el caso italiano, la difusión de estas ideas se traduce con frecuencia en el rechazo a la Santa Sede y Austria, dos de los principales enemigos del movimiento unificador, que reprimieron con dureza a los defensores de la unidad. La caricatura del momento se hace eco de ello. Los piemonteses Cavour y Víctor Manuel II fueron los artífices de la unificación, aunque no lograron alcanzar la popularidad de Garibaldi y sus “camisas rojas”.

El proceso de unificación alemán comenzó con la unión de las fronteras -Zollverein- y el desarrollo de un fuerte nacionalismo, que fue impregnando de forma progresiva a los colectivos de cultura germana. La construcción política de la nación alemana se prolongó durante buena parte del siglo XIX, en el que destacan episodios como el Congreso de Frankfurt, que tuvo lugar en el contexto del ciclo revolucionario de 1848.

También hubo críticas a la expansión prusiana, por parte de sus vecinos, en especial de Gran Bretaña y Francia, que se sentían amenazadas ante el fortalecimiento de Prusia, a la que consideraban un peligroso competidor. Precisamente con la guerra franco-prusiana de 1870 culminó el largo proceso de creación del II Reich y de la nueva nación alemana.

1-Cavour negocia con Napoleón III.

Il Fischietto, 1858.

2-Caricatura de Víctor Manuel II como un zuavo.



3-Crítica a la ocupación austríaca en Lombardía-Véneto.



Crítica al gobernador de Austria.

“Leyes marciales. Juicios sumarios. Fuego y terror. Nota de las cajas a expoliar y de las cabezas a hacer saltar. Respuesta a las congregaciones centrales: cuerda y jabón”.

4-Cartel propagandístico nacionalista.



“¡Uníos!”

5- Zollverein.



6- La revolución de 1848 preocupa al rey de Prusia.



A la izquierda el soberano prusiano, Federico Guillermo IV, a la derecha el emperador de Austria, Fernando I. Detrás, el rey de Francia. En la ruleta se lee: “progreso, república, igualdad, monarquía constitucional, anarquía, libertad, reforma”.

7- El Parlamento de Frankfurt.



8- La crítica a la expansión prusiana (I).



“El matón prusiano toma su parte del botín”, *Punch*, 1864.