

fazer história contemporânea

ESTUDOS DO SÉCULO

XX

número 11 • 2011

**La Propaganda de la Historia**  
La relación entre la Historia y la Comunicación  
en el entorno ibérico contemporáneo

Alberto Pena

**Alberto Pena**, Doutor Europeu pela Universidade Complutense de Madrid. Professor Agregado da Faculdade de Ciências Sociais e da Comunicação da Universidade de Vigo.

Los periodistas y todos los actores que participan en la producción de noticias, en el desempeño de su función de cronistas no oficiales de la realidad contemporánea, trascienden su propio ejercicio profesional creando informaciones que influyen en el devenir histórico y pueden alterar los acontecimientos. Los historiadores, que trabajan con el peso que deja el tiempo sobre los hechos del pasado, construyen, en cambio, sus relatos históricos con la materia prima de las fuentes documentales, pero su percepción científica, en cierto modo, está conectada con la dimensión mediática de la realidad que sustenta el periodismo y, de modo muy particular, la propaganda, cuya retórica persuasiva permeabiliza toda la comunicación pública de los diferentes emisores de mensajes. Los hechos históricos son “sagrados”; pero los relatos informativos de los medios de comunicación públicos o privados están filtrados por la propaganda, que ha intervenido en todos los procesos históricos del siglo XX.

## 1. La Historia y la comunicación de la Historia

¿Qué es la Historia? ¿Cómo se define la Historia? ¿Cuáles son los límites de la Historia? ¿Quién nos cuenta la Historia? ¿Qué fuentes son las más apropiadas para conocer la Historia? ¿Es la Historia permeable a todos los campos de conocimiento...? Las preguntas que aquí puedan plantearse acerca de la esencia académica de la Historia y sus dimensiones científicas tienen siempre respuestas que nunca serán definitivas. La Historia de la Historia es tan compleja como cualquiera de las otras disciplinas que abarquen el estudio científico del devenir histórico.<sup>1</sup> Son numerosas las referencias bibliográficas que nos ilustran sobre el fondo y la forma, el abordaje y el método, el rigor y la idiosincrasia necesarias para adentrarnos en la investigación de cualquier faceta histórica: tanto en sus contenidos como en su estructura, tanto en su organización cronológica o temporal como en su marco territorial, tanto en los aspectos humanos como institucionales, tanto en su estilo narrativo como en su concepción creativa.

Las fuentes son las que determinan en último término la manera de narrar la Historia, de entrelazar los hechos a partir de los datos que aportan los documentos que sirven para comprender cada uno de los fenómenos históricos a los que cada historiador se enfrenta. Pero la Historia está sujeta también a los condicionantes de carácter ideológico, a los procesos de carácter sociológico y al oportunismo científico de cada época histórica. La verdad histórica no existe; los descubrimientos acerca de determinados acontecimientos históricos son aproximaciones, radiografías más o menos desenfocadas que pueden estar sujetas a revisiones posteriores. Lo que sí existe, y es imprescindible reivindicar, es el rigor histórico basado en el principio de veracidad, es decir: que el historiador narre los hechos que investiga con la honestidad y neutralidad necesaria para fundamentar con la suficiente solvencia sus conclusiones.

No debe olvidarse que la Historia como disciplina ha sido y sigue siendo utilizada para difundir la propaganda de determinados movimientos políticos, religiosos o regímenes que intentan construir una nueva mitología basada en la interpretación de los hechos

---

<sup>1</sup> CARR, Edward H. - *¿Qué es la Historia?*. Edición definitiva. Barcelona: Ariel, 1987. 258 p. ISBN 84-344-1001-X.

históricos que encaje en su proyecto doctrinario, en una reformulación interesada de los acontecimientos históricos. En el siglo XX esta ha sido una constante, especialmente en los modelos políticos de cuño fascista, que construyeron una Historia adaptada a sus presupuestos ideológicos para narrar el pasado a partir de una concepción ultranacionalista y mesiánica, moralizante y conservadora, uniformizadora y patriótica, que anestesiaron las conciencias de algunas sociedades europeas. La educación, la educación pública, fue un instrumento estratégico para modelar y modular el pensamiento con un sentido propagandístico que pervirtió completamente la formación humanística de los ciudadanos. Es por ello importante tener en cuenta que la instrucción educativa de la Historia es, para los regímenes políticos, incluyendo las sociedades democráticas, un asunto de Estado que preocupa no solamente a las instituciones educativas, sino también a las estructuras políticas, que instrumentalizan con frecuencia este campo del conocimiento para adecuarlo a los moldes del ideario político de cada gobierno y su estrategia de cohesión social alrededor de su modelo de Estado.

Actualmente, en la España democrática del siglo XXI, la enseñanza de la Historia es un asunto extremadamente polémico, que ha creado un debate público de gran repercusión en los medios de comunicación. En la educación primaria y secundaria las comunidades autónomas discrepan sobre los contenidos educativos que el Ministerio de Educación de España aprueba para todas ellas. En particular, las denominadas por la Constitución española como “nacionalidades históricas” (Galicia, Cataluña y País Vasco) muestran en ocasiones su desacuerdo con aspectos de la Historia que refieren los manuales académicos, en los que algunos políticos nacionalistas gallegos, catalanes y vascos observan una visión centralista, españolista, que obvia la existencia de otras realidades históricas que son minimizadas o simplemente omitidas. Algunos partidos consideran que los episodios históricos que narran los manuales de Historia de España no son plurales y contribuyen a crear una mitología nacional *española* que prescinde de los valores, tradiciones y circunstancias históricas relevantes en los diferentes territorios del Estado. Esto ha llevado a algunos gobiernos autonómicos con competencias educativas a introducir cambios que favorecen la enseñanza de la Historia desde una perspectiva alternativa, que se circunscribe a su propio territorio y que presta mayor atención a los acontecimientos históricos de la región o país.

Fuera del entorno ibérico, se podría citar el caso de Francia. Recientemente, el proyecto del presidente francés Nicolás Sarkozy de crear un Museo de Historia ha provocado un encendido debate, en el que varios científicos franceses de prestigio se han posicionado contra la iniciativa presidencial, que calificaron como un proyecto político “nostálgico” y de exaltación identitaria.

La estructura del Estado y su configuración territorial es, por tanto, definitiva para la narración de la Historia. La Historia pública, en buena medida, es la Historia oficial de una nación, y está sujeta a sus fronteras territoriales; y la Historia del Mundo que se enseña en cada país está determinada por su propio etnocentrismo nacional. La Historia no oficial, no la privada sino la Historia que hacen aquellos historiadores que en las sociedades democráticas publican sus investigaciones (orientadas en muchos casos en función del oportunismo científico), es una Historia más abierta, más diversa, más poliédrica... Pero cuya influencia social es menor, porque la Historia científica carece de popularidad y adolece de una cierta endogamia, pues el perfil genérico de

sus lectores es académico o, en su caso, relacionado con un segmento intelectual de la sociedad.

Es cierto que las obras científicas que revelan algunos aspectos de la Historia sensacionales o que aportan descubrimientos relevantes para la Historia de un pueblo o de un país pueden tener repercusión mediática y generar interés público. No obstante, el interés popular por las noticias que se refieren a investigaciones de carácter histórico pueden instruir, pero sobre todo informan o, incluso a veces, son parte de un programa de entretenimiento. Y en ocasiones el impacto informativo y el consecuente interés social de un libro de Historia lo protagonizan autores que no son más que divulgadores históricos que realizan su trabajo siguiendo generalmente una estrategia comercial, lo que perturba el *verdadero* conocimiento de los acontecimientos históricos. Entre los divulgadores, además, existen casos notorios de autores que desarrollan su trabajo no sólo con un claro afán mercantilista, sino también propagandístico. Los falsos historiadores que revisan la Historia de acuerdo con sus prejuicios y que proyectan su propia ideología revestidos de una engañosa vitola de prestigio intelectual, cuyas publicaciones precisamente por el carácter arriesgado y atrevido de sus afirmaciones, así como por la agitación comercial, suelen gozar de gran popularidad mediática, resultan muy nocivos para la construcción y la difusión de la Historia, que requiere también distancia, objetividad y serenidad.

Tanto en España como en Portugal non son pocos los falsos historiadores que están revisando con gran éxito comercial y notoriedad social la Historia del siglo XX. Se podrían mencionar y analizar muchos casos sintomáticos, pero no es el propósito de este artículo detenerse en este aspecto para hacer una revisión de los autores y obras que acaparan espacios relevantes en medios de comunicación con contenidos que ofrecen versiones de la Historia sesgadas e interesadas. En el caso español el ejemplo más paradigmático quizás sea el de Pío Moa, un prolífico escritor de convicciones antidemocráticas que ha publicado en los últimos años innumerables títulos que ofrecen una visión benévola sobre el franquismo español con una metodología histórica que recurre profusamente a mitos y datos sin documentar.

## 2. La Propaganda como agente de cambio en la historia ibérica

El siglo XX ha sido una etapa en la que los medios de comunicación han cambiado el mundo. La prensa, la radio, el cine, la televisión y, actualmente, la red de medios de Internet han modificado para siempre la forma en la que ser humano percibe e interpreta todo lo que ocurre a su alrededor. La progresiva reducción de la tasa de analfabetismo y la creciente necesidad de las sociedades desarrolladas de estar informadas, así como la comercialización de los productos industriales, que potenció la comunicación publicitaria, propició la aparición de centenares de periódicos en España y Portugal en la primera mitad del siglo. La prensa jugó un papel político (en muchos casos determinante) en la evolución de diferentes acontecimientos históricos y se convirtió en un instrumento de propaganda fundamental para adoctrinar a las sociedades ibéricas. Tanto el franquismo como el salazarismo desarrollaron diversas estructuras de control de la prensa a través de organismos como el Secretariado de Propaganda Nacional o la Delegación de Prensa y Propaganda que establecieron una

férrea censura que tuvo consecuencias para el desarrollo intelectual de la sociedad portuguesa y española.<sup>2</sup>

Los medios de comunicación audiovisuales han sido y son también agentes de los cambios históricos que se han ido produciendo en las sociedades peninsulares a lo largo del siglo XX. Desde su nacimiento, la radio y el cine han sido instrumentos que han tenido un gran protagonismo en la “educación popular”; los contenidos radiofónicos y cinematográficos han hecho historia, han contribuído a cambiar la Historia y, además, han influído en la manera de interpretar la historia contemporánea de los países ibéricos.<sup>3</sup>

En el contexto peninsular, hubo episodios cruciales para el futuro político, social, económico y cultural de ambos países ibéricos, en el que los medios audiovisuales tuvieron un extraordinario protagonismo como soportes propagandísticos que influyeron de forma determinante en la evolución de los acontecimientos históricos que sucedían a ambos lados de la frontera luso-española. Probablemente el más singular de todos ellos fue el período de la Guerra Civil española, durante el cual la mayoría de los medios de comunicación portugueses se pusieron al servicio del Estado Novo para favorecer la victoria del franquismo en España. La intervención de la radio lusa en el conflicto fue especialmente importante para un desenlace final de la guerra, en el que el Movimiento Nacional golpista salió victorioso con la ayuda diplomática, política y propagandística del Estado Novo, y también de los miles de voluntarios portugueses que se alistaron en las tropas franquistas para luchar contra el comunismo y defender la civilización cristiana, según el retórica inflamada de la propaganda salazarista. El Rádio Club Português (RCP) difundió desde el estallido de la guerra, el 18 de julio de 1936, una intensa propaganda a favor de los sublevados y contra el gobierno legítimo de la IIª República que resultó muy útil para el avance de las tropas franquistas por el territorio español, especialmente durante los primeros seis meses del conflicto. El RCP utilizó locutores españoles, como la entonces popular *speaker* Marisabel de la Torre de Colomina, que desde su sede en Parede (Lisboa), arengaba a las tropas franquistas al tiempo que desmoralizaba a las defensores del gobierno de Madrid o confundía a los españoles con noticias falsas sobre el curso de la guerra. A esta campaña propagandística se sumó también la Emissora Nacional y otras emisoras portuguesas de menor potencia, que se enfrentaron en la llamada “guerra de las ondas” a las estaciones radiofónicas españolas situadas en el territorio controlado por el ejército republicano español.

Pero el caso del RCP fue singularmente importante porque su apoyo al movimiento insurreccional no se limitó únicamente a sus emisiones radiofónicas, sino que desarrolló otras tres iniciativas de gran valor para las tropas franquistas. Una de ellas fue el alistamiento de combatientes portugueses para el ejército franquista, los llamados

---

<sup>2</sup> PENA, Alberto – *Salazar, a Imprensa e a Guerra Civil de Espanha*. Coimbra: MinervaCoimbra, 2007. 265 p. ISBN 978-972-798-206-6.

<sup>3</sup> TORGAL, Luís Reis (coord.) – *O Cinema sob o Olhar de Salazar*. 3.ª ed. Lisboa: Temas e Debates; Círculo de Leitores, 2011. 430 p. ISBN 972-989-644-129-6.

“viriatos”, que eran reclutados a través de banderines de enganche situados en varias ciudades de Portugal en coordinación con algunos falangistas de la colonia. Otra fue la ayuda técnica prestada por el RCP para poner en funcionamiento emisoras en los nuevos territorios que conquistaban los militares insurgentes. Y la tercera fueron las campañas para la realización de cuestaciones públicas para enviar ayuda económica y material al gobierno de Franco. El RCP llegó a organizar hasta seis caravanas de ayuda, en las que participaron varios centenares de vehículos cargados con todo tipo de víveres, para el ejército sublevado español.<sup>4</sup>

El cine fue también un instrumento relevante para persuadir a las sociedades ibéricas y defender los modelos políticos autoritarios en la Península. El salazarismo y el franquismo tejieron una alianza propagandística tácita para controlar cualquier movimiento social que pudiera ser contrario a sus intereses ideológicos que empleó el soporte cinematográfico de manera planificada y sistemática. La colaboración entre los agentes al servicio de Franco y las estructuras del Estado Novo fue intensa y fundamental para la creación de la imagen audiovisual del proyecto franquista de la *nueva* España. La productora cinematográfica portuguesa Lisboa Film se convirtió en el laboratorio de cine del franquismo durante los años de la guerra; la mayoría de las decenas de películas que rodaron los operadores de cine del Movimiento Nacional español fueron editadas y montadas en las instalaciones de Lisboa Film. El propio hermano del Caudillo español, Nicolás Franco, a la sazón embajador de la *nueva* España en Portugal a partir de 1938, fue el encargado de coordinar con un equipo de colaboradores falangistas (entre los que destacaba el realizador de origen alemán nacionalizado español Enrique Gaertner) todos los trabajos de revelado y montaje que se desarrollaban en la productora lisboeta para garantizar una producción en serie de documentales para las campañas de propaganda de Franco en España. La dependencia cinematográfica de la ayuda del Estado Novo llegó hasta el extremo de que incluso el propio gobierno del general Franco, tras alcanzar la victoria, realizó un documental de agradecimiento al gobierno de Salazar por la ayuda prestada durante la guerra, titulado *Homenaje a Portugal*, que fue editado y montado también por Lisboa Film.

La propaganda del salazarismo hacia España no sólo apoyó al franquismo, sino que realizó acciones específicas para crear una imagen de liderazgo y posicionamiento estratégico en el entorno ibérico por medio de la difusión de los valores del Estado Novo a través de sus propias realizaciones cinematográficas. Uno de los casos que resultan más interesantes fue la promoción en territorio español del filme *A Revolução de Maio* (1937), que es el primer largometraje de ficción financiado por el Estado Novo para hacer propaganda del proyecto político salazarista, como nos cuenta Luis Reis Torgal.<sup>5</sup>

Durante 1938 y 1939, el Secretariado de Propaganda Nacional difundió internacionalmente la película dirigida por António Lopes Ribeiro, que elaboró el guión en colaboración con el director del SPN, António Ferro. En muchas ciudades españolas *A Revolução de Maio*, con subtítulos en español, fue exhibida con gran éxito de público.

---

<sup>4</sup> PENA, Alberto – *O Que Parece É. Salazar, Franco e a Propaganda Contra a Espanha Democrática*. Lisboa: Tinta da China, 2009. 286 p. ISBN 978-989-671-001-9.

<sup>5</sup> TORRAL, Luís Reis – *Ibidem*, p. 69-80.

El SPN, en colaboración con la Representación de la Junta en Lisboa y el Ministerio de Organización y Acción Sindical de Burgos,<sup>6</sup> envió a la embajada portuguesa en España el largometraje junto con varios documentales sobre la obra social de los organismos corporativos del Estado Novo.<sup>7</sup> Se trataba de poner en marcha una campaña orquestada por el gobierno de Franco sobre las ventajas logradas por los regímenes corporativos.<sup>8</sup> El embajador portugués en España, Pedro Teotónio Pereira, colaboró personalmente en esta campaña. En contacto con las autoridades franquistas, se ocupó de hacer la presentación en Burgos, ante la jefatura franquista, de *A Revolução de Maio* y, luego, junto al Gobernador Civil de San Sebastián, organizó varias proyecciones en cines de la ciudad que sirvieron para recoger donativos a favor de la “regiões libertadas”.<sup>9</sup> El diplomático luso financió la impresión de folletos publicitarios sobre el film y regaló billetes gratis para soldados heridos o en situación de permiso. El estreno en la ciudad vasca de la película portuguesa se celebró el 29 de enero de 1939, en el cine Kursaal, con la presentación inicial del Gobernador Civil, que según Pereira, subrayó la lección que representaba el largometraje y afirmó que “(...) o povo espanhol devia sentir-se edificado pelo renascimento da nação irmã que também se salvara do caos mercê do esforço imenso que aquela película simbolisava (...)”.<sup>10</sup> *A Revolução de Maio* fue exhibida también en el Teatro Victoria Eugenia y en el Salón Miramar en las semanas siguientes.<sup>11</sup> Los periódicos franquistas hicieron una intensa publicidad del largometraje. El periódico falangista *Unidad* hizo una elogiosa crítica de la película, de la que destacaba tanto su perfección técnica y artística como su valor pedagógico para el público español:

“(...) Esta cinta, aparte de cumplir una función de propaganda de la nación amiga, tiene en todos sus aspectos interés mercadísimo para el público ansioso de conocer las bellezas de un buen film. Tiene una fotografía difícilmente superable, un sonido que casi podríamos decir único, por su nitidez y sincronización, todo está tratado con mano maestra. Su argumento es emotivo y hace que el público siga con interés creciente su desarrollo, con un personaje cómico, el famoso Barata, que interpreta su papel con tal acierto que hace las delicias del público que rie sus situaciones. En contraposición a este personaje, está el siniestro del pseudo periodista Fernández, agitador profesional

---

<sup>6</sup> AGA (Archivo General de la Administración), Exteriores, caja n.º 6638, oficio s/n. De Nicolás Franco al Ministro de Asuntos Exteriores, 31/10/1938. Y también: AGA, Exteriores, caja n.º 6639. Oficio n.º 105 de la Representación de la Junta de Defensa en Lisboa a Antonio Ferro, 02/09/1938.

<sup>7</sup> AGA, Exteriores, caja n.º 6638. Oficio n.º 2834 I del Chefe dos Serviços, Silva Dias, al embajador de España en Lisboa, Nicolás Franco, 18/10/1938. Véase también: Carta de Nicolás Franco al Ministro de Asuntos Exteriores, 31/10/1938.

<sup>8</sup> AGA, Exteriores, caja 6639. Carta de Nicolás Franco a António Ferro, director del SPN, 02/09/1938.

<sup>9</sup> AHD-MNE (Archivo Histórico Diplomático-Ministério dos Negócios Estrangeiros), 3.º P, A 13, M 80, proceso n.º 26/39. Oficio n.º 35 del embajador de Portugal en San Sebastián al Ministro de Negócios Estrangeiros, 31/01/1939.

<sup>10</sup> Idem, *ibidem*.

<sup>11</sup> Idem, Anexo al Oficio n.º 35 del embajador de Portugal, con anuncios sobre *A Revolução de Maio* en diferentes salas cinematográficas de San Sebastián.

que lleva el encargo de la Internacional Marxista de crear dificultades al Gobierno de su patria, pero por la influencia del ambiente, tras una lucha interna, aparece el hijo de Portugal y lejos de hundirla en su revolución criminal, en un acto de verdadera contrición, saluda a la enseña patria y se aparta del mal camino, Aparte del argumento, se ve la prosperidad de un país que supo confiar en sus gobernantes, que no cesaron en su labor y siguen sin desmayo la obra emprendida para bien de sus súbditos.”<sup>12</sup>

Diversas instituciones del gobierno de Burgos solicitaron copias de *A Revolução de Maio* al SPN para realizar actos por medio de los cuales hacían colectas para el ejército.<sup>13</sup> Tras el fin de la guerra, el film de Lopes Ribeiro todavía fue proyectado en algunos cines españoles. En Vigo, fue presentado el 18 de octubre de 1939, con todos los honores, por el cónsul portugués en la mayor sala de espectáculos de la ciudad, el Teatro García Barbón.<sup>14</sup> Se celebró una fiesta a la que asistieron, además de varios centenares de personas, jefes del Movimiento Nacional franquista y personalidades viguesas. El *Faro de Vigo* comentó el hecho como un “señalado triunfo” y un “(...) magnífico exponente de los grandes progresos alcanzados por la Nación lusitana desde la implantación del Estado Nuevo (...)”<sup>15</sup>

Es necesario llamar la atención sobre las concomitancias entre el largometraje portugués y *Raza* (José Luis Sáenz de Heredia, 1941), la película que representa el ideario de buen español desde la perspectiva del propio Franco, que escribió el guión con el seudónimo de Jaime de Andrade, como ya es conocido. *A Revolução de Maio* y *Raza* son superproducciones de ficción al servicio de los intereses propagandísticos de las dictaduras ibéricas (con el trasfondo de los acontecimientos de la Guerra Civil española), que promueven una política profundamente anti-comunista y un patriotismo que reivindica una identidad basada en la mitología más nacionalista de raíz católica. Es posible que la relación coincidente entre ambos filmes vaya más allá incluso de su intencionalidad persuasiva, de su paralelismo temporal y de algunos aspectos argumentales, sobre todo si tenemos en cuenta que la superproducción portuguesa, fue muy promocionada en la España franquista. El encargado del montaje de *Raza* fue Eduardo G. Maroto, encargado de la supervisión de los trabajos cinematográficos de Lisboa Film para las autoridades franquistas. Aunque no se puede afirmar por falta de datos objetivos, es posible aventurar, en cualquier caso, que el largometraje portugués pudo ejercer una cierta inspiración en la realización de *Raza*.

La comunicación pública en su conjunto y la propaganda en particular es, por tanto, un agente importante del cambio histórico y una fuente esencial para construir la Historia de los dos países ibéricos. En la época contemporánea, no podemos

---

<sup>12</sup> *Unidad*, 02/02/1939. Anexo al Oficio n.º 35 del embajador de Portugal al ministro de Negocios Extranjeros, 31/01/1939.

<sup>13</sup> AHD-MNE, 3.º P, A 1, M 675, Processo n.º 29/9. Oficio n.º 8 de la Secretaria de Estado de Portugal al Secretariado de Propaganda Nacional, 17/03/1938.

<sup>14</sup> *El Pueblo Gallego*, 19/10/1939. AHD-MNE, 3.º P, A 13, M 80, Processo n.º 35/2. Anexo al oficio n.º 198 del Consulado de Portugal en Vigo al Ministro dos Negocios Extranjeros, 19/10/1939.

<sup>15</sup> *Faro de Vigo*, 19/10/1939. Idem, *ibidem*.

desentrañar la trama de la evolución de los acontecimientos históricos si no recurrimos a la representación de la realidad social que crean los medios de comunicación y todos los actores que intervienen en los procesos comunicativos, que alteran de manera decisiva las percepciones de nuestras sociedades y, en muchos casos, influyen en el devenir histórico.

### 3. La Historia de la Propaganda en el contexto ibérico

El estudio de la Historia de la Propaganda en el entorno ibérico ha ido avanzando en los últimos años con la publicación de artículos y libros que han ayudado a desentrañar algunas claves del fenómeno. La obra de referencia en este ámbito de investigación es el libro del profesor de la Universidad Complutense de Madrid Alejandro Pizarroso Quintero, *Historia de la Propaganda. Notas para un estudio de la propaganda política y de "guerra"*, cuya primera edición es de 1990, y que ha tenido ya varias ediciones, tanto en español como en portugués.<sup>16</sup> Se trata de un estudio académico panorámico que aborda de forma cronológica la evolución de la propaganda desde la antigüedad hasta el fin de la Guerra Fría, y que analiza las diferentes dimensiones, modelos, soportes y mensajes de la comunicación persuasiva de carácter político y en contextos bélicos. Es un libro que se apoya fundamentalmente en fuentes bibliográficas, utilizando un catálogo abundante y variado que incluye las principales referencias académicas especializadas editadas sobre la materia. Por su extensión, por la profusión bibliográfica que maneja el autor y por su calidad metodológica, se trata probablemente del mejor manual académico publicado en Europa sobre este campo de investigación.

El profesor Pizarroso Quintero ha publicado recientemente *Diplomáticos, propagandistas y espías. Estados Unidos y España en la Segunda Guerra Mundial: información y propaganda* (2009), que representa un avance más en la investigación de la Historia de la Guerra en el siglo XX.<sup>17</sup> Sobre España y la Segunda Guerra mundial hay ya un interesante catálogo bibliográfico que ha desvelado muchos aspectos sobre el papel jugado por la dictadura del general Franco durante el conflicto, pero son todavía muy escasas las investigaciones monográficas que abordan la propaganda en el curso de la guerra.

Como el propio autor señala en la introducción de su obra, “no se puede escribir Historia, al menos Historia Contemporánea, y mucho más del siglo XX, sin tener en cuenta el mundo de la comunicación. Mucho más si nos ocupamos de períodos bélicos.”<sup>18</sup> El profesor Pizarroso Quintero, que ha mostrado siempre un interés académico preferente por la propaganda de guerra, se adentra fundamentalmente en el complejo mundo de la diplomacia y el espionaje estadounidense en España, aunque su investigación aporta

---

<sup>16</sup> PIZARROSO QUINTERO, Alejandro - *Historia de la Propaganda. Notas para el estudio de la propaganda política y de guerra*. 1ª edición. Madrid: Eudema, 1990. 475 p. ISBN 84-775554-063-2.

<sup>17</sup> Idem, *Diplomáticos, propagandistas y espías. Estados Unidos y España en la Segunda Guerra Mundial: información y propaganda*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2009. 248 p. ISBN 978-84-00-08905-4.

<sup>18</sup> Idem, *ibidem*. p. 21.

también datos reveladores sobre el papel del cine, la radio, la prensa, la cultura y la industria en la guerra en otros ámbitos del enfrentamiento militar.

El estudio se ha elaborado a partir de fondos documentales del Departamento de Estado norteamericano, de la Franklin D. Roosevelt Library, de la Library of Congress y de una extensa bibliografía, cuyo desarrollo de contenidos comienza con una aproximación al concepto de propaganda de guerra y su evolución histórica, prestando una atención particular al significado de la desinformación y la denominada por los anglosajones *public diplomacy*, que no es más que propaganda, según el autor. Entre los temas que creemos especialmente interesantes, el profesor Pizarroso trata la propaganda y los medios de comunicación españoles, la organización y los mensajes de la propaganda norteamericana en España a través de las actividades de la Office of Strategic Services (OSS), el cine informativo y los documentales, así como la visión de España en la prensa estadounidense y la presencia norteamericana en la prensa española, entre otros aspectos relevantes. El libro es una aportación seria y rigurosa sobre la estrategia de propaganda y los propagandistas norteamericanos durante el conflicto en relación con España.

En España, han aparecido en los últimos años otras investigaciones de carácter panorámico menos ambiciosas, pero no por ello menos interesantes, que suponen la consolidación del estudio académico de la propaganda. Entre las más recientes, podemos citar el libro de José Alfonso Arregui, *Por el cambio. 30 años de propaganda política en España* (2008), que se nutre de una muestra documental de 503 carteles electorales difundidos en España entre 1975 y 2005 en las campañas electorales por los partidos políticos que han conseguido respaldo popular y han ocupado un espacio de representación en el parlamento nacional.<sup>19</sup> Los carteles son analizados con un método cuantitativo y cualitativo que permite determinar en cada caso el tipo de propaganda que cada organización política ha empleado para hacer llegar sus mensajes a la sociedad española. Los profesores de la Universidad de Sevilla Adrián Huici Módenes y Antonio Pineda han coordinado el volumen *Propaganda y comunicación. Una aproximación plural* (2004), que estudia desde diferentes abordajes metodológicos los polimorfismos del fenómeno propagandístico.<sup>20</sup> Algunos de los textos del libro versan sobre ejemplos clásicos de la actividad propagandística, como la Guerra Civil española, la II Guerra Mundial o la propaganda en regímenes totalitarios, mientras otros se centran en aspectos más actuales y novedosos, como es el estudio de la música y el fútbol como instrumentos de persuasión política. Huici Módenes también es el autor de la obra *Los heraldos de acero. La propaganda de guerra y sus medios* (2004), que es un estudio crítico sobre las técnicas de propaganda utilizadas en los contextos bélicos por los diferentes actores que intervienen en las contiendas militares y la opinión pública. El trabajo se aborda tanto desde una perspectiva teórica como desde el análisis de ejemplos y casos sobre

---

<sup>19</sup> ARREGUI, Alfonso – *Por el cambio. Treinta años de propaganda política en España*. Sevilla: Comunicación Social, 2008. 164 p. ISBN 978-84-96082-73-1.

<sup>20</sup> HUICI, Adrián; PINEDA, Antonio (coords.) – *Propaganda y comunicación. Una aproximación plural*. Sevilla: Comunicación Social, 2004. 244 p. ISBN 978-84-96082-06-9.

los instrumentos, la práctica y los efectos de la propaganda de guerra y los medios de comunicación que la divulgan.<sup>21</sup>

En Portugal, también se han publicado obras especializadas sobre la Historia de la Propaganda que suponen un salto cualitativo en el interés académico por este campo de la Historia de la Comunicación. Quizás el trabajo más relevante es el de Helena Matos, autora de dos volúmenes sobre la propaganda salazarista durante los años de la fundación y consolidación del Estado Novo: *Salazar. A Construção do Mito, 1928-1933* y *Salazar. A Propaganda, 1934-1938* (ambos de 2010). Helena Matos traza una visión panorámica sobre la estrategia propagandística de Salazar y la dimensión pública de su figura política y sus ideas durante un período decisivo en la historia de la dictadura. En el primer volumen se detiene especialmente en el retrato que Salazar hace de sí mismo y el segundo se centra en la actividad propagandística del Estado Novo a partir de la creación del Secretariado de Propaganda Nacional, en septiembre de 1933.

Se han publicado también otros estudios especializados sobre la propaganda en el régimen salazarista, como por ejemplo el trabajo de Rui Pedro Pinto, *Prémios do Espírito. Um Estudo sobre Prémios Literários do Secretariado de Propaganda Nacional do Estado Novo* (2008). Un interés especial tiene el estudio de la propaganda cinematográfica, en el que se destacan los siguientes: *O Cinema so o Olhar de Salazar*, libro colectivo coordinado por el profesor Luis Reis Torgal, que ha alcanzado su tercera edición en 2011, y *Salazar vai ao Cinema. O Jornal Português de Actualidades Filmadas* (2006, reeditado recientemente), de Maria do Carmo Piçarra.

Sobre la construcción ideológica de la Historia y su utilización con intencionalidad propagandística es necesario incluir en esta sucinta relación a Luis Reis Torgal, José Amado Mendes y Fernando Catroga, que son autores de *História da História em Portugal. Séculos XIX e XX*, que se editó en 1998 en dos extensos volúmenes que trazan una visión de conjunto muy interesante por la detallada revisión crítica de todas las obras publicadas hasta entonces sobre la Historia de Portugal y la construcción de la memoria histórica.<sup>22</sup>

En una dimensión comparada luso-española todavía queda mucho por avanzar en el terreno de la Historia de la Propaganda. El autor de este texto ha publicado algunas investigaciones tanto en España como en Portugal sobre la propaganda política en las relaciones ibéricas, cuyas obras más recientes son *O Que Parece É. Salazar, Franco e a Propaganda Contra a Espanha Democrática* (2009)<sup>23</sup> y *Salazar, a Imprensa e a Guerra Civil de Espanha* (2007).<sup>24</sup> Ambas obras estudian diversos elementos sobre las campañas

---

<sup>21</sup> HUICI MÓDENES, Adrián – *Heraldos de acero. La propaganda de guerra y sus medios*. Sevilla: Comunicación Social, 2004. 184 p. ISBN 978-84-96082-19-9.

<sup>22</sup> TORGAL, Luís Reis; MENDES, José Amado; CATROGA, Fernando – *História da História em Portugal. Séculos XIX e XX. A História através da História*. Lisboa: Temas e Debates, 1998. 491 p. ISBN 972-759-090-X; Idem, *História da História em Portugal. Séculos XIX e XX. Da Historiografia à Memória Histórica*. Lisboa: Temas e Debates, 1998. 437 p. ISBN 972-759-091-8.

<sup>23</sup> PENA, Alberto – *O Que Parece É. Salazar, Franco e a Propaganda Contra a Espanha Democrática*. Lisboa: Tinta da China, 2009. 286 p. ISBN 978-989-671-001-9.

<sup>24</sup> Idem, *Salazar, a Imprensa e a Guerra Civil de Espanha*. Coimbra: MinervaCoimbra, 2007. 265 p. ISBN 978-972-798-206-6.

de propaganda del Estado Novo contra la IIª República española (1931-1939). También es de la misma autoría la investigación comparada sobre las relaciones de intercambio ideológico entre el movimiento fascista español y portugués titulada *Galicia, Franco y Salazar. La emigración gallega en Portugal y el intercambio ideológico entre el franquismo y el salazarismo* (1999).<sup>25</sup> Sobre este mismo tema, en el libro que celebra el centenario de la Casa de España en Lisboa, *Los españoles y Lisboa. Un siglo de convivencia* (2009), puede encontrarse también un capítulo que trata el papel de esta institución española de referencia en Portugal en los inicios del franquismo.

## Conclusiones

La Historia y la Propaganda son dos campos del conocimiento que confluyen en muchas intersecciones científicas que requieren un tratamiento académico específico y singular. La comunicación persuasiva ejerce una evidente influencia sobre muchos acontecimientos históricos y los propios procesos de construcción histórica en las sociedades contemporáneas, en las que abundan versiones apócrifas de la Historia publicadas por falsos historiadores que se aprovechan de las herramientas de la comunicación para adquirir notoriedad y erigirse como los detentores de la *verdad*.

Cada régimen político construye la Historia en función de determinados principios ideológicos que intentan generar consenso alrededor de un modelo de pensamiento basado en un ideario específico con una clara intencionalidad propagandística. En el entorno ibérico, la polémica suscitada entre el Estado español y los gobiernos autonómicos sobre los diferentes abordajes temáticos y metodológicos en los manuales sobre Historia de España es un ejemplo.

La Propaganda es un agente de cambio histórico que, en el contexto ibérico, ha tenido un especial protagonismo durante el siglo XX, en particular durante el período de las dictaduras salazarista y franquista. Franco y Salazar mantuvieron una colaboración estratégica en materia propagandística: la prensa, la radio y el cine fueron instrumentos eficaces para proteger sus intereses y manipular a las sociedades ibéricas.

## Bibliografía

- ARREGUI, Alfonso – *Por el cambio. Treinta años de propaganda política en España*. Sevilla: Comunicación Social, 2008. 164 p. ISBN 978-84-96082-73-1.
- CARR, Edward H. – ¿Qué es la Historia?. Edición definitiva. Barcelona: Ariel, 1987, 258 p. ISBN 84-344-1001-X
- CASA DE ESPAÑA – *Los españoles y Lisboa*. Lisboa: JG Artes Gráficas, 2009. 174 p. ISBN 978-989-20-1832-4.
- HUICI, Adrián; PINEDA, Antonio (coords.) – *Propaganda y comunicación. Una aproximación plural*. Sevilla: Comunicación Social, 2004. 244 p. ISBN 978-84-96082-06-9.

---

<sup>25</sup> Idem, *Galicia, Franco y Salazar. La emigración gallega en Portugal y el intercambio ideológico entre el franquismo y el salazarismo (1936-1939)*. Vigo: Universidade de Vigo, 1999. 138 p. ISBN 84-8158-117-8.

- HUICI MÓDENES, Adrián – *Heraldos de acero. La propaganda de guerra y sus medios*. Sevilla: Comunicación Social, 2004. 184 p. ISBN 978-84-96082-19-9.
- PENA, Alberto - *Salazar, a Imprensa e a Guerra Civil de Espanha*. Coimbra: MinervaCoimbra, 2007. 265 p. ISBN 978-972-798-206-6.
- *O Que Parece É. Salazar, Franco e a Propaganda Contra a Espanha Democrática*. Lisboa: Tinta da China, 2009. 286 p. ISBN 978-989-671-001-9.
- *Galicia, Franco y Salazar. La emigración gallega en Portugal y el intercambio ideológico entre el franquismo y el salazarismo (1936-1939)*. Vigo: Universidade de Vigo, 1999. 138 p. ISBN 84-8158-117-8.
- PIZARROSO QUINTERO, Alejandro - *Historia de la Propaganda. Notas para el estudio de la propaganda política y de guerra*. 1ª ed. Madrid: Eudema, 1990. 475 p. ISBN 84-775554-063-2.
- *Diplomáticos, propagandistas y espías. Estados Unidos y España en la Segunda Guerra Mundial: información y propaganda*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2009. 248 p. ISBN 978-84-00-08905-4
- TORGAL, Luís Reis (coord.) – *O Cinema sob o Olhar de Salazar*. 3ª edição. Lisboa: Temas e Debates-Círculo de Leitores, 2011. 430 p. ISBN 972-989-644-129-6.
- TORGAL, Luís Reis; MENDES, José Amado; CATROGA, Fernando – *História da História em Portugal. Séculos XIX e XX. A História através da História*. Lisboa: Temas e Debates, 1998. 491 p. ISBN 972-759-090-X.
- *História da História em Portugal. Séculos XIX e XX. Da Historiografia à Memória Histórica*. Lisboa: Temas e Debates, 1998. 437 p. ISBN 972-759-091-8.

#### Otras fuentes (documentales y hemerográficas)

Archivo General de la Administración.

Arquivo Histórico Diplomático do Ministério dos Negócios Estrangeiros.

*Faro de Vigo*.

*El Pueblo Gallego*.

*Unidad*.