

**MORENO SECO, Mónica:** *Las imágenes de la persuasión. Materiales gráficos para la enseñanza de la Historia Contemporánea*, Universidad de Alicante, Alicante, 2000, 233 pp.

Dentro de la colección «Textos docentes» de la Universidad de Alicante, *Las imágenes de la persuasión* de la profesora Mónica Moreno destaca por ser una obra novedosa y útil. Dos razones. La primera, porque representa una decidida aproximación al terreno de la didáctica de la Historia Contemporánea en la Universidad y, la segunda, porque parte de la consideración de que las imágenes no deben ser tratadas como meras ilustraciones, sino como objeto de análisis que debe llevar a los alumnos a desarrollar el sentido crítico.

Sin duda, la didáctica es un tema menor para la mayoría del profesorado universitario. Y ello pese a que, dentro del proyecto docente que se presenta ante las comisiones para la provisión de plazas de profesor, siempre aparece un epígrafe alusivo a dicho contenido curricular. Sin embargo, la dinámica universitaria no favorece la inversión de un tiempo en la didáctica, puesto que la defensa del curriculum ante la comisión no requiere una demostración, por parte del candidato, del dominio de los recursos pedagógicos, ya que sólo cuentan los años de docencia en la Universidad. La digresión creemos que viene al caso, pues la profesora Moreno, con *Las imágenes de la persuasión*, «rompe una lanza» en favor de una línea del trabajo universitario muy necesaria hoy en día, máxime si tenemos en cuenta el nivel académico del alumnado de las Facultades de Historia. Resulta obvio decir que vivimos en la civilización de la imagen y que, actualmente, goza de amplio predicamento la expresión «una imagen vale más que mil palabras» que, tomada literalmente, conduce a muchos jóvenes a no mostrar una especial atracción hacia la lectura. Por eso, hoy más que nunca, los profesores de Historia Contemporánea debemos hacer un esfuerzo para mostrar a los estudiantes la necesidad de observar con ojo crítico las imágenes que nos llegan desde todas partes. Y esa es, a nuestro entender, la virtud del libro de Mónica Moreno, centrado en dos tipos de imágenes fijas, la caricatura y el cartel, que merecen por sí solas un tratamiento diferenciado. Su acercamiento a estas representaciones tiene lugar desde diversas perspectivas ya que, ponderando la posición del emisor y del receptor, las considera reflejo de la sociedad, al tiempo que creadoras de opinión.

La imagen moderna surgió como complemento del texto en prensa, libros y carteles, pero pronto pasa a ser un reclamo en sí misma. Con el desarrollo de las publicaciones periódicas en el siglo XIX y la sociedad de masas en el siglo XX, cobra forma una nueva cultura visual de la que participarán todas las esferas de la sociedad, incluyendo el Estado, convertido desde la Primera Guerra Mundial en un eficaz propagandista. Todo ello queda reflejado perfectamente en *Las imágenes de la persuasión* que, junto a una concisa introducción acerca de la imagen como recurso didáctico y como fuente histórica, cuenta con diecisiete capítulos, los cuales, a modo de programa de Historia Contemporánea Universal, recogen cerca de 300 reproducciones de carteles y caricaturas. La obra se cierra con un índice de autores y otro de fuentes documentales.

Dentro del contenido del libro nos gustaría destacar, por ejemplo, el capítulo 4 —«La revolución industrial y el gran capitalismo»— donde aparecen diversos carteles, reflejo del triunfo social de la burguesía, que puede acceder a todo tipo de comodidades domésticas, ambientes refinados y formas de ocio en ocasiones nuevas, como los cabarets o el descanso estival. La autora enfatiza que «suelen ser reflejo sólo de un sector de la sociedad, aunque estén dirigidos a todas las clases sociales —por ejemplo, la publicidad del alcohol o el tabaco—, contribuyendo a crear una realidad inexistente» y, al tiempo, forjan cambios de mentalidad. Por otra parte, resulta curioso comparar la similitud iconográfica de algunos carteles norteamericanos y soviéticos: unos se refieren al alistamiento para la guerra, y tanto el norteamericano (pág. 146) como el soviético (pág. 163) muestran a sus respectivos personajes —«el Tío Sam» y un soviético— en actitud vehemente, señalando al observador con el dedo índice de la mano derecha y apelando a su patriotismo; otros se refieren a la publicidad del tabaco (págs. 174 y 180), dejando patente cómo determinadas pautas culturales, que se van imponiendo desde principios del siglo XX, están por encima de las diferencias ideológicas. De igual forma, llaman nuestra atención tres imágenes referidas al fascismo italiano, ilustrativas sobre el carácter totalitario del régimen, que impregna hasta la publicidad comercial —venta de lápices, reconstituyentes infantiles y gasolina— (págs. 208-210). Tampoco podemos obviar, para comprender el grado de compromiso de los norteamericanos durante la Segunda Guerra Mundial, el cartel de la película de Disney titulada «La cara de Hitler», donde aparece el pato Donald lanzando un tomate a la cara del «Führer» (pág. 229).

A lo largo de este recorrido visual por la Historia Contemporánea, quizá echamos en falta una mayor atención a los carteles y la publicística electoral, elemento fundamental para entender no sólo las ideas-fuerza de cada corriente ideológica, sino también los cambios en las campañas electorales. Es cierto, no obstante, que aparece una sátira muy interesante sobre la extensión del sufragio en la Inglaterra victoriana, donde un elector novel se rasca la cabeza mostrando sus dudas sobre qué hacer con la papeleta de voto (pág. 103). Asimismo, en el apartado referido a la guerra psicológica durante la Primera Guerra Mundial (págs. 152-156), no se consignan octavillas alemanas, lo que impide tener una visión contrastada de ambos bandos. De todos modos, *Las imágenes de la persuasión* cumple sobradamente los objetivos enunciados por su autora en las líneas de la introducción: estudiar la movilización política a través de los carteles y las octavillas. Y, a la vista del resultado obtenido, este trabajo es un estímulo para llevar cabo otros sobre la Historia de España o, de forma más concreta, sobre la transición a la democracia. De igual forma, si acudimos al humor gráfico presente en los diarios, se pueden reconstruir la guerra de Yugoslavia, el proceso a Pinochet o las elecciones en los Estados Unidos tomando como fuente los dibujos de Forges, Gallego y Rey, Ricardo y Nacho, El Roto o Máximo. Ahora, sólo falta que, cuando este excelente libro llegue a las aulas, los profesores sean capaces de *persuadir* a sus alumnos sobre el interés de su contenido y sobre las fecundas conclusiones que pueden extraer de su estudio y análisis.

**Rafael Zurita Aldeguer**