

Caspistegui, Francisco Javier, *Espacios de la propaganda carlista*, Pamplona, Gobierno de Navarra, 2021, 255p. ISBN: 978-84-235-3584-2. 12€ 

Introducción. La propaganda. La reticente adopción de la propaganda por el carlismo. Los ámbitos de la propaganda carlista. Propaganda (s). Notas. Fuentes y bibliografía. Índices

Caspistegui, Francisco Javier, *Las voces de la causa. Propaganda y difusión del carlismo*, Pamplona, Gobierno de Navarra, 2021, 303p. ISBN: 978-84-235-3584-1. 12€ 

Agradecimientos. Presentación. La propaganda. La llegada del carlismo a la propaganda. Los ámbitos de la propaganda carlista. En conclusión. CATÁLOGO. La voz de la prensa. La voz de la causa. ¿Qué es la propaganda? Evolución histórica de un concepto resbaladizo. Carlismo y propaganda. La calle. Los monumentos. Los círculos. En el hogar.

En su introducción al primero de los libros recogidos en esta reseña, el autor afirma que

«este libro surge como parte de la puesta en marcha de una exposición temporal en el Museo del Carlismo de Estella dedicada a la propaganda carlista, y desarrollada entre 2020 y 2021. Inicialmente se planteó como catálogo de la misma, pero pronto fue evidente que superaba los límites recomendables y derivó en esta monografía, cuya principal pretensión es servir de base para futuros estudios sobre los múltiples aspectos de una cuestión con matices y aristas. Se busca en estas páginas trazar un primer mapa de la propaganda en el carlismo, pero insistiendo primordialmente en los aspectos informales, en los mecanismos por medio de los cuales los seguidores de los pretendientes trataron de hacerse presentes para funcionar en su conjunto y, primordialmente entre sus adeptos. Pero también se busca atender a la recepción de esa propaganda, a su reelaboración permanente, a su puesta en común. Y es que la propaganda no se entiende como un proceso unidireccional, desde las élites y autoridades del carlismo, hacia una base sin forma y pasiva. En buena medida, la propaganda era una construcción conjunta, en diálogo constante, y por ello parece imprescindible escudriñar los mecanismos de ese intercambio» (p. 10).

«Por ello, el libro no atiende a los organismos y estructuras propagandísticas que puso en marcha el carlismo como organización ya desde finales del siglo XIX, sino a los espacios en los que se desarrolló la difusión de los principios y voces de la causa mediante una vasta diversidad de medios y mecanismos. Además de reflexionar sobre el papel de la propaganda en la contemporaneidad, y la llegada del carlismo a un instrumento que inicialmente se asoció con la revolución y el liberalismo, el núcleo del libro lo constituyen cuatro ámbitos: la prensa, la calle, el círculo y el hogar. Aunque presentados de forma individualizada, no cabe plantear cada uno de estos espacios, físicos y simbólicos, de forma aislada, sino en una constante interacción y en un sentido que pretende ir mucho más allá de un mero instrumento utilitario. ¿De qué manera la relación con los iguales o próximos ideológicamente favorecía la transmisión de vivencias, y también de sentimientos y afectos? ¿qué papel jugaba la transmisión familiar de todo ello? ¿cómo conseguía el activismo y la acción en el espacio público asentar la fidelidad a una idea? ¿dónde se apoyaba la transmisión intergeneracional



Universidad
de Navarra

FACULTAD DE
FILOSOFÍA
Y LETRAS

DEPARTAMENTO DE
HISTORIA DEL ARTE
Y GEOGRAFÍA

RECENSIONES

de los principios? En definitiva, ¿cómo y dónde se vivían las ideas del carlismo en el día a día?» (pp. 10-11).

El primer capítulo estudia la propaganda en la era contemporánea, aunque no falten algunas referencias a etapas anteriores. Se definen el concepto, la construcción y los usos de la propaganda, importante instrumento de acción política durante y después de la Gran Guerra de 1914-1918. Pero el autor echa la vista atrás, especialmente en el caso de la Revolución Francesa y el primer liberalismo español, aunque también habla de la anarquista «propaganda por el hecho», del principio de que «cualquier mentira es buena mientras estimule un odio irracional hacia el enemigo», y de la forma de entender la propaganda de Lenin. Pero, como ya hemos adelantado, el uso de la propaganda como arma política se desarrolla mucho durante la Gran Guerra y más durante la Segunda Guerra Mundial.

En cuanto a los carlistas, utilizan el término propaganda ya en las décadas posteriores a la I Guerra Carlista, pero no consideran legítima la propaganda del mal y del error; en definitiva, la propaganda antirreligiosa y la que fomentaba la revolución y el liberalismo; de ahí esa «reticente adopción de la propaganda por el carlismo» de la que habla el autor. Sin embargo, a fines del siglo XIX y en las dos primeras décadas del XX, aunque se sigue distinguiendo entre propaganda buena y mala, los carlistas comienzan hacer un uso entusiasta de esta nueva arma política.

Pero el capítulo más importante del libro es, sin duda, el que trata de los ámbitos de la propaganda carlista; lo hace, como advierte el autor, con un eje fundamentalmente espacial. En la base de la propaganda estaba fundamentalmente la prensa (sin olvidar los libros), que conservó la primacía de la información hasta la segunda mitad del siglo XX. Se hace aquí un buen estudio de la prensa carlista, que incluye estadísticas sobre ella entre 1834 y 1980 y estudios de sus cabeceras más representativas, como *La Esperanza*, *El Siglo Futuro* o *El Estandarte Real*, órgano oficial del movimiento.

Otro de esos ámbitos de propaganda que empleaba el carlismo, como tantos otros movimientos políticos, era la calle como altavoz, solo posible cuando, con el tiempo, se ha creado un espacio público diferenciado del privado, un proceso siempre lento. El autor dedica gran atención al fenómeno; por mi parte, remito a los ejemplos que pone y a las explicaciones que da. Ello me permite centrar mi atención en los dos ámbitos de propaganda que son más propios de los carlistas: el círculo y el hogar. Es verdad, y lo señala Caspistegui, que los carlistas no tenían la exclusiva de los círculos, espacios de sociabilidad que aparecen en el siglo XIX en toda Europa, inicialmente entre los liberales, y que han sido bien estudiados por autores como Maurice Agulhon o Jean-Louis Guereña. En España los círculos carlistas se difundieron sobre todo a partir de la llegada del marqués de Cerralbo, en 1890, a la jefatura delegada del carlismo y han sido bien estudiados por Jordi Canal, pero también por nuestro autor, que les dedica treinta páginas de su estudio.

Por último, Caspistegui da todo su valor al hogar, cuya intimidad era, sin duda, el ámbito más importante de la sociabilidad carlista, algo especialmente lógico dado que los propios carlistas consideraban a su movimiento como una familia, y al que dedica otras treinta páginas. El texto concluye con unas pocas, pero profundas, páginas dedicadas a la «propaganda(s)».

RECENSIONES

Las fuentes, inéditas e impresas, que son el fundamento de este estudio, ocupan 38 páginas que han de ayudar a futuros trabajos. En cuanto al índice toponomástico final, es también de una gran utilidad. ¿Y qué decir del segundo volumen, que no solo acerca el asunto a los euskaro-hablantes, sino que, con sus múltiples, variados y atractivos documentos gráficos, hacen posible que entren por los ojos las ideas y las tesis del autor?

En definitiva, estamos ante una demostración más del dominio que Caspistegui tiene del movimiento carlista y la de la complementariedad entre la monografía clásica y los estudios que, como este, buscan acercar los documentos y los objetos.

Francisco Javier Caspistegui es doctor en historia por la Universidad de Navarra y catedrático de Historia contemporánea en la misma institución. Especializado en la historia del carlismo desde su tesis doctoral, titulada *El naufragio de las ortodoxias: el carlismo (1962-1977)* (1997), ha contextualizado este fenómeno en la España contemporánea y en otros países europeos a través de diversos libros y artículos.

Ignacio Olábarri Gortázar
Universidad de Navarra



Universidad
de Navarra

FAULTAD DE
FILOSOFIA
Y LETRAS

DEPARTAMENTO DE
HISTORIA
DEL ARTE
Y GEOGRAFIA