

Aproximación al problema de la consciencia propagandística en algunos escritores políticos del siglo xv

Ana Isabel CARRASCO MANCHADO *

En los últimos años los medievalistas han visto en la propaganda política uno de los temas prioritarios de la nueva orientación historiográfica de la historia política¹, la llamada «Nueva Historia Política». J. Le Goff concluía, no hace mucho, un congreso organizado sobre la propaganda política en los siglos XIII y XIV insistiendo en que el estudio de la propaganda es capaz de explorar una vía de acceso a la comprensión de la naturaleza y del funcionamiento del poder en las sociedades medievales². Hay que tener en cuenta, no obstante, que la propaganda política es un concepto sociológico contemporáneo que, aplicado a las sociedades históricas medievales, puede llegar a plantear diversos problemas de análisis, derivados, en parte, de la propia ambigüedad del objeto de estudio. Todo esto hace que sea relativamente complejo «perfilar» los fenómenos de propaganda en la época que nos interesa. Esta dificultad radica, además, en la intencionalidad de los hechos³ políticos

* Universidad Complutense. Madrid.

¹ Este artículo forma parte del Proyecto de Investigación «*Propaganda y legitimación en los orígenes de la Monarquía Hispánica (ca. 1400-ca. 1520): una visión multidisciplinar*», proyecto n.º 5686/94 del Programa de Investigación Multidisciplinar de la Universidad Complutense, dirigido por el profesor José Manuel Nieto Soria.

² Le Goff, J., «Conclusions». *Le forme della propaganda politica nel due e nel trecento*, Relazioni tenute al convegno internazionale organizzato dal comitato di studi storici de Trieste dall' École Française de Rome e dal Dipartimento de storia dell'Università degli studi de Trieste (Trieste, 2-5 marzo, 1993), a cura di Paolo Cammarosano, École Française de Rome, Roma-Paris, 1994, p. 519.

³ Cuando hablamos de *hechos* no nos referimos únicamente a «acciones», en este caso acciones políticas, producto de lo que la historia política tradicional entendía como ejercicio del poder. También entendemos que son hechos políticos los discursos producidos por el poder, puesto que, tal y como afirmó M. Foucault, las relaciones de poder «no pueden disociarse, ni establecerse, ni funcionar sin una producción, una circulación, un funcionamiento de los discursos» (Foucault, M., *Genealogía del racismo*, Madrid, 1992, p. 34). Las formulaciones de la teoría política o las expresiones literarias que apoyan objetivos polí-

que seleccionemos y definamos como propagandísticos. Es decir, ¿hasta qué punto los políticos medievales eran conscientes de la intencionalidad propagandística de muchas de sus acciones?, ¿empleaban para sostener sus pretensiones estrategias que eran, *conscientemente*, propagandísticas? Sabemos, por los estudios de sociología y de antropología política, que la respuesta es afirmativa, pero queda al historiador encontrar los rastros concretos del uso consciente de la propaganda política o de lo que podríamos denominar la *consciencia propagandística*.

J. M. Nieto afirma la existencia de la consciencia propagandística a propósito de un comentario de Fernando del Pulgar con el que el cronista intenta combatir ciertas críticas al boato y ceremonia creciente que se observaba en la corte de la reina Isabel⁴. También J. Verger, en el marco del congreso anteriormente citado, se preguntaba sobre la consciencia que tenían los contemporáneos medievales de la existencia del vasto campo de la comunicación política, afirmando que los textos muchas veces lo muestran, aunque sin desprenderse del todo de cierta actitud contradictoria⁵. En este artículo intentaré seguirle la pista a esa consciencia en textos hispanos de fines del xv, y alguno de principios del xvi, a partir de testimonios que de algún modo la reflejan y del léxico empleado por los autores para referirse a lo que ellos y sus contemporáneos podrían percibir como una estrategia de propaganda política. Pero antes creemos necesario precisar la definición del concepto de propaganda y su relación con otros conceptos referidos a hechos similares a la propaganda. El significado de tales conceptos resulta más fácilmente comprensible para los autores medievales puesto que aluden a ellos de una manera directa en muchos de los textos recogidos⁶.

ticos, son manifestaciones de tales discursos del poder, susceptibles, por tanto, de servir a estrategias de propaganda. La teoría del filósofo francés sobre el papel del discurso en las relaciones de poder puede seguirse en varias de sus obras, entre ellas: *El orden del discurso*, Barcelona, 1970, o *Las redes del poder*, Buenos Aires, 1993.

⁴ «Ninguna cerimonia en esta vida se puede facer tan por extremo a los reyes, que mucho más no requiera el estado real; el qual ansí como es uno e superior en los Reynos, ansí debe mucho estremarse, e resplandecer sobre todos los otros estados, pues tiene autoridad divina en la tierra», cit. por Nieto, J. M., «Propaganda política y poder real en la Castilla Trastámara: una perspectiva de análisis», *Anuario de Estudios Medievales*, 25/2 (1995), p. 490.

⁵ Verger, J., «Théorie politique et propagande politique», *Le forme della propaganda...*, *op. cit.*, pp. 32-33.

⁶ En adelante, a lo largo de todo el artículo, resaltaremos en cursiva los términos que aluden a dichos conceptos u otros similares, siempre que aparezcan en los testimonios que citemos.

I. Precisiones conceptuales

1. Definición operativa de propaganda política

Los sociólogos de la política y de la comunicación ofrecen numerosas definiciones del concepto de propaganda política. Después de haber repasado las que ofrecen autores como J. Lapierre, Kymbal Young o G. Durandin⁷, hemos reelaborado una definición complementaria a partir de estos autores. La propaganda política es, fundamentalmente, un fenómeno de comunicación política que utiliza como «materia prima» los valores, creencias, ideas, opiniones, emociones y deseos de los receptores. La finalidad de este tipo de comunicación es orientar la conducta política de los receptores en función de unos objetivos políticos. Partiendo de esta base, proponemos la siguiente definición de propaganda política: proceso de comunicación política desplegado por el poder o grupos de poder, que busca obtener del receptor una respuesta positiva hacia determinadas pretensiones políticas, mediante la movilización de técnicas de persuasión y de sugestión con las que se intenta influir o manipular las creencias, valores, ideas y opiniones de los individuos, así como sus emociones y deseos.

2. Conceptos afines al de propaganda política

Considerando que la propaganda política es una expresión de poder (en tanto que con su uso se pretende la modificación de la conducta de los individuos o colectividades en un sentido político) que cuenta con los elementos y características que hemos expresado en su definición, hemos de aludir a otros conceptos con los que, de algún modo, la propaganda política puede llegar a equipararse. Gracias a ellos podremos empezar a perfilar la *consciencia propagandística* ya desde el siglo XIII.

2.a) Representación

El concepto de representación⁸ se explica, básicamente, como la sustitución de una realidad por otra. En su relación con la propaganda regia, este

⁷ Vid. Lapierre, J. W., *El análisis de los sistemas políticos*, Barcelona, 1976; la definición de K. Young, puede verse en la obra de Brown, J. A. C., *Técnicas de persuasión*, Madrid, 1991, p. 19; Durandin, G., «Propagande», *Dictionnaire critique de la Communication*, dir. L. Sfez, París, 1993, t. II, pp. 1002-1004.

⁸ La bibliografía sobre este concepto, que es también fundamental en la renovación de los estudios histórico-políticos, es abundante. Puede consultarse, desde una perspectiva antropológica, Balandier, G., *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*, Barcelona, 1994; como variable política en la génesis del Estado Moderno:

concepto tiene cuatro formas de manifestarse: la representación como propagación de una imagen, más o menos, fiel del monarca; representación como propagación de una imagen ideal del monarca; representación como delegación simbólica del poder, ejemplificada en las expresiones que hacen aparecer al rey, en el discurso político, como *vicario de Cristo*; y, por último, la representación como teatralización de las relaciones, tal y como se presentan las ceremonias regias o el protocolo y etiqueta de la corte. Este concepto y su funcionalidad política era plenamente comprendido en el siglo XIII, como prueban las palabras de Tomás de Aquino que considera que la moneda, y la representación grabada en ella, era el mejor medio para que la imagen del monarca se mantuviera presente en la memoria de los súbditos⁹. La preocupación por las representaciones del monarca revela la necesidad de dar a conocer al rey y de comunicar simbólicamente lo que su poder significa. Tal preocupación es también expresada por Alfonso X, que se muestra muy interesado en regular y proteger jurídicamente, no sólo la imagen y el aspecto físico del monarca, sino también las representaciones figurativas o simbólicas que de él se realizaran¹⁰.

Rappresentare il principe, figurer l'Etat. Les programmes iconographiques d'Etat en France et en Italie du xve au xviii siècle: gènese de l'Etat Moderne, ed. G. Sabatier, Florencia, 1990; desde un punto de vista metodológico: Chartier, R., *El mundo como representación: estudios sobre historia cultural*, Barcelona, 1992; Ginzburg, C., «Représentation: le mot, l'idée, la chose», *Annales, E. S. C.* 6 (1991), 1.219-1.234; como obra de conjunto sobre la funcionalidad política de la representación en la Edad Media: *Représentation, pouvoir et royauté à la fin du Moyen Âge*, ed. J. Blanchard, Paris, 1995.

⁹ «De parte del rey, la moneda propia es el ornamento suyo y del reino porque en ella se *representa* la imagen del rey, como la del César, según antes se dijo, de ahí que nada se puede hacer mejor para conservar su memoria, que la moneda, ya que nada es más usado por los hombres de cuanto pertenece al rey o al reino», Tomás de Aquino, *Opúsculo sobre el gobierno de los príncipes*, trad. y est. C. I. González, México, 1985, p. 301.

¹⁰ Dice en la *Partida II*: «Onde por todas estas razones sobredichas mandaron que non tan solamiento onrrasen al rey los pueblos en qual manera quier que lo fallasen, mas aun las ymages que fuesen fechas en semejança o en figura del: e por eso estableçieron en aquel tienpo que los non prisiessen nin les feziessen mal a lo menos de mandado del Rey; e esto fezieron porque tambien la ymagen del Rey, commo su seello en que esta su figura, e la sennal que trae otrosy en sus armas e en su moneda, e en su carta en que emienta su nombre, que todas estas cosas deven seer mucho onrradas porque son en su remenbrança do el non esta» (título XIII, ley XVIII). En el título V, ley V, se alude a la representación de la imagen física del rey y de cómo esta implica otro tipo de representación, la expresada por la delegación divina del poder: el rey debe vestir ropas de seda y ornamentos de oro «por dos rrazones, la una por la *significança* de la claridad de nuestro sennor Dios, cuyo lugar tiene en tierra; e la otra porque los omes los conosçiesen, asy commo de suso deximos para venir a ellos» (sigo la siguiente edición: *Partida Segunda. Manuscrito 12794 de la B. N.*, ed. Aurora Juárez Blanquer, Antonio Rubio Flores, Granada, 1991). El aspecto físico del rey influye en las respuestas y actitudes de los súbditos; el rey «deve a los otros en una especial cosa de vestiduras sobrepujar, por que a el devida rreverencia sea dada» (*Secreto de los secretos (Ms. BNM 9428)*, ed. introd. y notas de H. O. Bizarrí, Buenos Aires, 1991, p. 33).

2.b) La simulación

A partir del siglo xvi se desarrolla un amplio debate sobre el uso de la simulación en política, pero la Edad Media no es ajena a él. De hecho, la metáfora de la lucha entre el león y la zorra, animal simulador por excelencia, es sumamente antigua¹¹. En la Edad Media, las críticas de los moralistas a las actitudes hipócritas de los gobernantes enmarcan este debate. Partiendo de la crítica a la hipocresía religiosa es fácil llegar a la posibilidad de la existencia de una *hipocresía política* cuyo mayor exponente es el fingimiento en la práctica de la justicia. En el siglo xiv, las palabras del glosador castellano de Egidio Romano ejemplifican esta crítica de la justicia aparente, enlazando con una tradición presente ya en las teorías platónicas¹². Un siglo antes, Tomás de Aquino llamaba hipócritas a los tiranos y avisaba a los gobernantes del peligro de convertirse en simuladores si corren en pos de la gloria terrena o la alabanza de los hombres. Sin embargo, este autor no deja de transigir con cierta simulación, siempre que sea en favor de la realización de buenas acciones. Alfonso X, por su parte, aconsejaba al rey falto de entendimiento la práctica del «prudente silencio» (variedad del disimulo en política, sumamente recomendable según los teóricos de la razón de estado)¹³.

2.c) La mentira

Todos los teóricos de la propaganda política insisten en la intrínseca relación existente entre esta y la mentira. J. Le Goff ha dicho que la historia de la propaganda es, en definitiva, un capítulo de historia de la mentira¹⁴. Los

¹¹ Presente, por ejemplo, en la obra de Cicerón: «el fraude parece propio de la zorra, la fuerza y la violencia del león: ambos son sumamente ajenos del hombre, pero el fraude es mucho más odioso» (*Sobre los deberes, De Officiis*, traducción, estudio preliminar y notas de J. Guillén, Barcelona, 1997). Una síntesis de las formas de simulación en la política, estudiadas desde el punto de vista sociológico: Duverger, M. *Sociología política*, Barcelona, 1979, pp. 254-256.

¹² «Ca algunas veces el gastamiento del haver quiere parescer largueza e la hipocresía quiere parescer santidad, e la crueldad quiere parescer justicia, porque estas cosas han alguna semejanza en uno. Por la cual cosa mucho se pueden engannar, ca algunos se muestran por justos haciendo crueldades, e es una de las cosas del mundo que más puede engannar, así como la hipocresía enganna a los omnes so semejanza de santidad» (Juan García de Castrojeriz, *Glosa castellana al «Regimiento de príncipes» de Egidio Romano*, ed. Juan Beneyto, Madrid, 1947-1948, pp. 106-107). Platón decía que «la obra maestra de la injusticia es parecer justo sin serlo» (Platón, «La República o De lo justo», *Diálogos*, ed. F. Larroyo, México, 1979, Libro II, p. 457).

¹³ Las recomendaciones de Alfonso X en *Partida II*, título IV, ley V. Otros ejemplos de «prudente silencio»: Burke, P., *Hablar y callar*, Barcelona, 1996, pp. 166-167.

¹⁴ Le Goff, J., *art. cit.* p. 520. La relación entre mentira y propaganda política ha sido estudiada por G. Durandin; ver sus obras *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*, Barcelona, 1983 y *La información, la desinformación y la realidad*, Barcelona, 1995.

autores medievales perciben el empleo de la mentira en política cuyos efectos perniciosos para el orden social no se cansan de denunciar desde las páginas de los «espejos» y «regimientos de príncipes», pero, no obstante, hay autores que abogan por el uso de la retórica, que no deja de ser una forma literaria de flirtear con la mentira¹⁵. Especialmente duras suelen ser las críticas dirigidas contra los *lisonjeros* y los *aduladores* que andan constantemente en torno al gobernante. En el siglo xv existe la consciencia de que detrás de las construcciones literarias de los escritores *aduladores* se encuentra la mano rectora del príncipe, interesado en dibujar la imagen que tales escritores propagan de sí mismo y la que queda plasmada en la memoria histórica de su reinado. La historia se articula, de este modo, como un medio de propaganda del príncipe, tal y como traslucen las palabras de Fernán Pérez de Guzmán¹⁶.

Estos tres conceptos, *representación*, *simulación* y *mentira*, utilizados para conseguir determinados fines políticos, dan contenido a estrategias de propaganda elaboradas por los gobernantes de la época o sus agentes. Tales conceptos, sobre todo los dos últimos, que remiten a una propaganda basada en el engaño (el primero, no necesariamente) son conocidos en la época por sus nombres. En torno a ellos daremos los primeros pasos de análisis de la propaganda política consciente en el siglo xv.

II. La «consciencia propagandística»

Las palabras de Tomás de Aquino o de Alfonso X que han sido recogidas más arriba, revelan la necesidad de comunicar a los súbditos la naturaleza del poder real. La idea abstracta del poder y, sobre todo, la obligatoriedad de la obediencia, se materializa en imágenes concretas, se hace comprender, se pone ante los ojos de los súbditos de forma que les haga aceptar el orden político del que forman parte. El recurso a la dramatización y a la puesta en escena se acrecienta a fines de la Edad Media. El boato, la pompa, la ceremonia con la que se expone el rey da pie a muchos moralistas a criticar lo que ellos consideran un abuso. Estas críticas de los moralistas a tales actos

¹⁵ La mentira llega a destruir todo el orden político: ver, por ejemplo, la enumeración de males sociales y políticos que se recogen en la obra del Pseudo-Aristóteles (*Secreto... op. cit.*, pp. 33-34. Sin entrar en consideraciones morales, el autor del *Libro de los cien capítulos*, define, sin embargo, la retórica: «por retórica puede omne mostrar verdad maguer sea encubierta, e porra la mentira sy quisier en forma de verdad», ed. A. Rey, Bloomington, 1960, p. 30.

¹⁶ «El segundo defeto de las estorias es porque los que las coronicas escriven es por mandado de los reyes e príncipes, por los complazer e lisonjar o por temor de los enojar, e escriven mas lo que les mandan o lo que creen que les agradara que la verdat del fecho como passo», Pérez de Guzmán, F., *Generaciones e semblanzas*, ed. J. Domínguez Bordona, Madrid, 1979, p. 5.

realizados por los poderosos, demuestran que, tanto el moralista como el gobernante, saben que, tras el empleo de la ostentación de la que se rodea este último y que es objeto de las críticas, existe, en realidad, una intencionalidad política. Así pues, desde un punto de vista metodológico, los testimonios críticos pueden ser muy esclarecedores. Las opiniones de los moralistas sobre lo que el príncipe no debe hacer traslucen el sentimiento de que, ya en esta etapa «pre-institucional» de la propaganda, lo que se percibe como propaganda es una conducta política negativa y, por tanto, reprobable. Es, precisamente, esta percepción negativa la que nos ayuda a documentar más fácilmente la consciencia de la propaganda. En primer lugar veamos esta consciencia reflejada de una manera «difusa» en los planteamientos teóricos generales que realiza un moralista de la época de Enrique IV de Castilla, Rodrigo Sánchez de Arévalo.

1. Consciencia «difusa» en los moralistas: Rodrigo Sánchez de Arévalo

1.a) La percepción negativa de la propaganda: la crítica

En la *Suma de la Política* de Rodrigo Sánchez de Arévalo se incluye un apartado en el que enumera el autor las diferencias existentes entre el tirano y el rey¹⁷. El tirano se caracteriza por ejercer una serie de comportamientos que son censurados por Arévalo, comportamientos que apuntan a actividades que tienen mucho que ver con la propaganda. La conexión con la propaganda se produce, en este caso, por la presencia de dos de los conceptos que hemos visto, la *simulación* y la *mentira*. Arévalo denuncia la *disimulación* del tirano, sus acciones *aparentes* que no se corresponden con sus verdaderas intenciones. El tirano, en la apariencia, se asemeja al rey, pues hace o dice cosas que haría o diría un rey, sin embargo, a juicio de Arévalo, esto no es más que una imagen falsa, una mascarada. Es como si el tirano «vistiera» cuerpo de rey para ejercer su tiranía, como el león que viste la piel de cordero en la famosa fábula.

Arévalo, en la diferencia número cuatro, dice que el rey debe «conservar sus ciudadanos y guardar los bienes que son propios de su real corona»; el tirano, en cambio,

«finge que faze esto, mas so color de guardar el estado real y los derechos del reino, faze continuas vexaciones y pone tributos más de lo ordenado a sus súbditos y roba a sus vasallos en diversas y esquisitas maneras» [p. 285].

¹⁷ «De las virtudes que deve aver todo rey o príncipe. Y señaladamente de doze cosas que deve obrar y fazer, y de las cosas por que se conoce el rey del tirano», Sánchez de Arévalo, R., *Suma de la Política*, ed. Mario Penna, Madrid, 1959, pp. 284-288 (en adelante incluímos el número de página citada en el propio texto, entre corchetes).

En este caso, el fingimiento del monarca (del tirano, en palabras de Arévalo), se refiere a la no correspondencia entre lo que dice o argumenta y lo que realmente hace. La ambigua utilización de conceptos como el de *bien común*, empleados para apoyar ciertas demandas políticas que el rey persigue, como por ejemplo, la expresada por Arévalo: la imposición de servicios u otros impuestos extraordinarios¹⁸, proporciona un adecuado sostén propagandístico frente a la opinión pública. Ese uso consciente de estos argumentos justificativos por parte del monarca es lo que subyace en la crítica de Arévalo.

Otro momento en el que se produce el fingimiento y disimulación del rey es cuando se muestra en público. Arévalo distingue entre la gravedad y reverencia del rey mostrada para honrar e inspirar amor entre sus súbditos y la que expone para producir el temor, propia, según él, del tirano. En este caso, la gravedad es también fingida, pues no se persigue la finalidad que él considera justa:

«Pero el tirano *finge* fazerse grave y reverendo, mas no por la virtud ni por amor, salvo por temor, ca si se faze con las gentes familiar, entiende que conocerán sus fechos. Por ende, quando se demuestra fázese terrible y espantoso a las gentes, saliendo de sus palacios con grandes magnificencias y mucho acompañado» [p. 286].

La crítica refleja, en este caso, el crecimiento de la magnificencia de la corte del rey¹⁹. El considerar este hecho como propio del tirano, revela la sospecha del moralista de las muestras de dominación que se dejan ver con la exposición de la pompa del monarca, puesto que los súbditos se sienten atemorizados. El objetivo es impresionar empleando, en este caso, la exhibición de la grandeza y del poder. Esta exhibición nos remite a la puesta en escena, a la teatralización de la corte regia y, por tanto, a la propaganda. El autor observa que, en vez de amor, lo que provoca en los súbditos es mie-

¹⁸ Sobre el carácter ideológico de este concepto de *bien común* y otros similares: Nieto Soria, J. M., *Fundamentos ideológicos del poder real en Castilla*, Madrid, 1988, pp. 134-150.

¹⁹ Este texto documenta un cambio de actitud en las prácticas de la realeza. Ver: Nieto Soria, J. M., «Del rey oculto al rey exhibido: un síntoma de las transformaciones políticas en la Castilla bajomedieval», *Medievalismo. Boletín de la Sociedad Española de Estudios Medievales*, 2 (1992), pp. 5-27. Sánchez de Arévalo prefiere un rey que se mantenga en la sombra, permaneciendo su persona casi oculta, manifestándose preferiblemente por medio de los efectos de su buena gobernación, que no necesariamente deben proceder de su actuación directa, sino de la de eficientes ministros y oficiales. En el siglo XIII y también en el XIV, el ideal de algunos autores de regimientos de príncipes se reflejaba en la preferencia del modelo del «rey de la India», que sólo se mostraba a sus súbditos, con gran aparato y magnificencia, una vez al año (puede verse, por ejemplo, en el libro *Secreto de los secretos*, del Pseudo-Aristóteles, ed. cit., pp. 33-34, y en la glosa castellana al regimiento de Egidio Romano, ed. cit., t. I., p. 232-233). El ocultamiento deseado por Arévalo, no obstante, parece sugerir el modelo de rey burócrata.

do²⁰. Arévalo considera que el exceso de aparato regio produce una imagen un tanto terrible del monarca; en este caso puede hablarse de una forma de propaganda que podríamos denominar «pedagogía del miedo».

Una última diferencia que Arévalo establece entre rey y tirano se refiere a la práctica de la justicia. Este caso es interesante porque nos proporciona, además, una pista para documentar la influencia de la opinión pública:

«Es muy propio de todo rey e príncipe no injuriar a persona alguna ni les tomar sus bienes y faziendas aunque pequen a las veces en delitos libidinosos y delectables, *ca esto mucho escandaliza a los súbditos*. Pero el tirano, *so color de castigar* a los malfechores, aunque los maleficios no concernan a su persona ni al bien común, tómales sus faziendas por penas y confiscaciones» [p. 286].

La crítica de Arévalo puede resultar, a primera vista, un tanto contradictoria, puesto que lo que se supone debe hacer un rey —según la imagen ideal tradicional—, es castigar los delitos, a no ser que se refiera al hecho de que debe mostrarse clemente y no cruel, como haría el tirano. Pero, normalmente lo que pide la opinión pública es que los malhechores sean castigados; la clemencia es buena pero no aplicada en todos los casos, ya que eso iría en contra de la propia idea de justicia. Quizá detrás de ese *escándalo de los súbditos no se encuentre todo el pueblo en general, sino una parte muy concreta*, los propietarios de señoríos que es a los que más les podría interesar que el rey no practicara las confiscaciones de bienes y haciendas (las críticas de Arévalo también obedecen a intereses partidistas, puesto que los moralistas son también propagandistas)²¹. En cualquier caso, y en relación con la propaganda, la crítica de Arévalo se dirige a la apariencia de justicia o a la justicia fingida que, como vimos anteriormente, es una de las situaciones políticas que más se presta al juego de la propaganda²². La expresión empleada por Arévalo, «*so color de*»²³, nos remite de nuevo al terreno de las justifica-

²⁰ Teniendo en cuenta que uno de los tópicos del pensamiento político medieval es que el rey debe ser amado y *temido*, esta crítica podría resultar un tanto paradójica (sobre este tópico ver el artículo correspondiente en: Bermejo Cabrero, J. L., *Máximas, principios y símbolos políticos*, Madrid, 1986, pp. 31-50). Sin embargo, los moralistas distinguían bien entre el «temor» al monarca y el «miedo» al tirano. Lo primero era lo deseable, mientras que lo segundo merecía la reprobación. Sobre el creciente uso propagandístico de las ceremonias regias, ver Nieto Soria, J. M., *Ceremonias de la realeza. Propaganda y legitimación en la Castilla Trastámara*, Madrid, 1993.

²¹ Ver, Stevenson, C. L., *Ética y lenguaje*, Buenos Aires, 1971, pp. 227-235.

²² Existe un antiguo adagio inglés que dice «Justice has not only to be done, but to seem to be done», cit. por Jacob, R. *Imagen de la justice. Essai sur l'iconographie judiciaire du Moyen Âge à l'âge classique*, Paris, 1994, p. 9.

²³ Esta expresión y otros vocablos que se repiten en estos y otros testimonios similares, y que consideramos relacionados con el uso de la propaganda, serán analizados en la última parte de este trabajo.

ciones argumentativas (que, nuevamente, en este caso, se trata del argumento del *bien común*), al empleo de determinados razonamientos ideológicos para apoyar las pretensiones del rey.

1.b) La percepción positiva de la propaganda política: recomendaciones sobre su uso

Analizando el discurso de los moralistas, también podemos encontrar algunos casos en los que las recomendaciones hechas al príncipe están encaminadas a obtener un apoyo o unas consecuencias de carácter político que, en la práctica, tienen una gran relación con la propaganda. Las observaciones sobre juegos y espectáculos de Rodrigo Sánchez de Arévalo sugieren esta otra forma de percibir la propaganda. Arévalo, inspirándose en las ideas aristotélicas, recomienda al político promover los espectáculos públicos en la ciudad, puesto que contribuyen a fortalecer la paz y el orden social:

«Es conveniente a todo buen político proveer en estas cosas, dando orden cómo los cibdadanos ayan moderadas delectaciones sensibles de juegos y solazes, tempradamente, ordenando que los cibdadanos ayan disposición de bosques y términos aptos para caça u monte; teniendo otrosí en la cibdad maestros de prosas y famosos cantores para delectable armonía, y poetas y otros ministros; ordenando aun ciertas representaciones y juegos públicos en días señalados para alegría y consolación de los habitantes en la tal cibdad» [p. 266].

Según Arévalo, estos juegos y espectáculos «ayudan a la paz y sosiego de la tal cibdad» [p. 266]. Al autor le interesa bastante esta cuestión, pues vuelve a retomarla en otra de sus obras²⁴. Lo que resulta más destacable es que estos juegos y espectáculos no sólo sirven para inhibir de la violencia social a los súbditos mediante el entretenimiento y el placer. Los juegos no interesan por ellos mismos, sino porque *representan* otra cosa. Preparan para la adquisición de conceptos o valores a los que se da un contenido político o incitan a la realización de determinadas acciones prescritas por los gobernantes.

Los juegos o «deportes» recomendados, siguiendo el *Vergel de príncipes*, son aquellos «actos o ejercicios e preludios que son *imagen de guerra*» [p. 323]: la caza y los ejercicios militares, justas y torneos. A estos se añade la afición por la música. La música se considera útil por su capacidad de influir en el ánimo de los que la escuchan: «despiertan e *mueven* e encienden

²⁴ Sánchez de Arévalo, *Vergel de Príncipes*, «Prosistas castellanos del xv», t. I. ed. Mario Penna, Madrid, 1959, p. 314. Las siguientes citas referidas a Arévalo serán, en adelante, de esta obra (entre corchetes, en el cuerpo del texto, la página del texto citado).

el calor natural cerca de los corazones» [p. 335], provocando una incitación a la acción: «causa en los omes muchos e aun nobles deseos de grandes e arduas cosas, e por tanto son muy cumplideros los actos musicales en tiempo de las vatallas» [p. 339]. La música militar, en tanto que «moviliza» se considerará como un medio apropiado para la propaganda de guerra. La música provoca un tipo de propaganda no basada en elementos racionales, sino, más bien, emotivos. Pero, además, puesto que la música es armonía, puede también ayudar a la comprensión de ciertos conceptos intelectuales o espirituales que tienen como base ideológica la unidad. Arévalo cita a Isidoro diciendo que la música

«en todas las cosas *apregon*²⁵ e llama a una unidad, e magníficamente prueva e demuestra poderse unir e concordar las cosas celestiales con las terrenales» [p. 340].

De esta circunstancia se deriva el hecho de que la música acompañe a los actos más solemnes, no sólo a los ritos religiosos, sino, sobre todo, a los actos y ceremonias políticas en las que se quiere resaltar la perfecta unidad del orden social. Arévalo conoce, pues, la tremenda capacidad de sugestión que posee la música, cuyos efectos pueden ser canalizados en las batallas. En cuanto a la caza y los ejercicios para-militares funcionan, si no directamente como propaganda de guerra, sí como difusores de unos valores y una ética de la violencia, necesarios para mantener constantemente viva en la sociedad la llama y el deseo de la guerra.

Estos ejemplos no explicitan de manera directa la consciencia propagandística, pero sí de una manera difusa. En estos últimos testimonios los términos clave que nos la revelan son «*imagen de*», «*mover a*», «*apregonar*» o «*llamar a*». Pero para reconocer la elaboración consciente de la propaganda, con una mayor claridad, lo que debemos hacer es acudir a aplicaciones políticas concretas.

2. Consciencia explícita a partir de contextos políticos concretos: Alfonso de Palencia

Una aplicación concreta nos la ofrece Alfonso de Palencia, en cuya *Crónica de Enrique IV* hemos encontrado testimonios interesantísimos que manifiestan la existencia de una consciencia del uso de la propaganda política

²⁵ Conviene fijarse en el término empleado por Arévalo: «apregonar». Está presente el deseo de publicar, divulgar, difundir, comunicar o propagar una idea (la de la unidad, en este caso) a la que se le da, en muchos casos, un sentido político. La idea de concordar las cosas terrenales con las celestiales tiene una formulación teórica: la correspondencia entre el modelo arquetípico de reino de Dios con el reino político (véase, Nieto Soria, J. M., *Fundamentos ideológicos...*, *op. cit.*, pp. 58-59.

de una manera perfectamente gráfica. Vamos a analizar algunos ejemplos del reinado de Enrique IV historiado por Palencia. El odio destilado por el cronista contra muchos de los personajes de su crónica pone al descubierto lo que él considera oscuras maniobras políticas. Independientemente de que lo fueran o no, lo importante es destacar que, al menos Alfonso de Palencia lo percibe o lo quiere percibir así. Para él, tales maniobras —de nuevo maniobras de simulación, fundamentalmente—, equivalen a lo que hoy entenderíamos como propaganda política, en diversas modalidades y formas de expresarse. Vamos a agrupar sus testimonios en dos apartados, en primer lugar, los referidos a la actuación propagandística de diversos personajes y, en segundo lugar, los medios de los que se sirven.

2.a) *La percepción de la actuación propagandística de algunos políticos, o sus agentes, en la crónica de Alfonso de Palencia*

En primer lugar, Palencia, al trazar el perfil político del rey Enrique IV o de sus colaboradores directos (el marqués de Villena, Juan Pacheco, o el arzobispo de Sevilla, Alfonso de Fonseca) no olvida referirse a rasgos o actitudes características del propagandista. Palencia los ve como expertos en el arte del disimulo, las apariencias, la mentira y los juegos de representaciones. El celo del rey Enrique a comienzos de su reinado le parece a Palencia, mera apariencia. Según el cronista, «*aparentó* también don Enrique deseos de querer proveer con gran celo a todos los asuntos de dentro y fuera del reino»²⁶. Un poco antes, le acusa de recurrir a la mentira para justificar el divorcio de su primer matrimonio:

«Mostrándose indiferente a las privaciones de la doncella, y por último, achacándola la falta de sucesión, circunstancia que hizo *divulgasen* sus satélites para motivar el divorcio que meditaba» [T. I, p. 27].

Las virtudes o acciones virtuosas que Enrique pueda realizar, son, igualmente, mero fingimiento, como ocurre con la fundación de monasterios:

«*Cohonestó* algún tanto tales excesos con la construcción de dos monasterios: el de Santa María del Parral, de jerónimos, en la entrada de uno de los arrabales, a lo largo del río Eresma, y el de San Antonio, de menores mendicantes; pero los que preferían la verdadera honestidad a la suntuosa fábrica de los templos y celdas, miraban con repugnancia aquellas otras construcciones que el que observaba las intenciones de Don Enrique bien conocía estar hechas para ocultar torpes extravíos» [T. I, p. 230].

²⁶ Alfonso de Palencia, *Crónica de Enrique IV*, trad. A. Paz y Meliá, reed. BAE, t. 257 y t. 258, Madrid, 1975, t. I, p. 63. Para mayor comodidad, citaremos esta obra por tomos y páginas, incluyendo, a partir de ahora, el número de página citada entre corchetes, en el cuerpo del texto, como venimos haciendo.

Esta estrategia consistente en aparentar una imagen de rey cristiano o protector de la religión, disimulo religioso o «hipocresía religiosa» del político, resulta más perfecta en manos de Pacheco, el Marqués de Villena:

«A todo se extendían los engaños del marqués porque comprendiendo que se le tenía por artificioso y que nadie juzgaba posible que en sus tratos obrase con franqueza, viendo en todos su refinada astucia, visitaba con frecuencia los santuarios, buscaba la compañía de personas dotadas de honradez y santidad; en presencia de cortesanos hincado de rodillas alardeaba de penitente; recibía la comunión; oía la misa y *representaba el papel* de pecador arrepentido y contrito. Pero la misma repetición de tan ostentosas devociones descubría la malicia y recelábase próximo el daño cuando se veía al marqués acudir a tales cautelas. Díjoseme que cuando alguno le reprendía familiarmente por aquellas repetidas y falsas apariencias, ya tan conocidas, y le amenazaba con la futura venganza de los grandes, solía responder que nada temía de aquellos a quienes cuando no pudiese engañar, forzaría a creerle, pues tenía bien conocido el carácter de todos ellos dispuesto para ambas cosas» [T. I, p. 78].

Ciertamente, Pacheco recurre con frecuencia a la propaganda para *convencer* y ganar adeptos que apoyen sus vaivenes políticos. Según el cronista, en torno a él actuaba una verdadera «escuela» dedicada a estos menesteres:

«Animaba Pacheco con infatigable constancia aquella *escuela de adulación*, y hacía que hombres diestros en el *disimulo* y *en el artificio* hablasen a los que persistían en su antigua opinión acerca del rey» [T. I., p. 60].

Sin abandonar a Alfonso de Palencia, incluimos, como paréntesis, el testimonio de Diego Enríquez del Castillo, el capellán cronista de Enrique IV, que también emplea términos similares para referirse a Pacheco. Enríquez del Castillo critica la actuación del Marqués de Villena en contra del rey Enrique cuando pretendía el maestrazgo de Santiago. Recogemos un fragmento de su crónica porque está en la línea de lo que dice Palencia y nos proporciona las razones y argumentos que Pacheco podría haber utilizado en sus labores de persuasión. Pacheco y el Marqués de Calatrava llegan a Burgos:

«La mayor parte del pueblo se alborotó, veyendo la novedad con que venían. Pero el Marqués de Villena, como era astuto, comenzó de convocar la gente andando por las Iglesias, hablando con los vecinos, e perroquianos dellas, e así mesmo por las plazas, donde mayores ayuntamientos se hacían. A los quales con dulces razones halagüeñas comenzó a aplacar e atraer, diciendo que ellos no venían a damnificar la cibdad, ni alterar el reyno, salvo para remediar los grandes insultos e graves delitos e agravios enormes que contra toda razón se hacían por la culpa del rey e de su mala vida. El qual se podría más propiamente llamar enemigo del reyno que señor, más dissipador que rey, más tirano que gobernador, más cruel que justiciero. E que sobre aquesto ellos seyendo de los más principales del reyno, e sintiéndose de tantos males que

así se hacían, en nombre de todos los grandes señores e caballeros del reyno, se avían venido a meter en aquella cibdad, como principal e cabeza del reyno, para que juntamente con ellos se diese forma que los males e daños fuesen remediados; e que esto querían que se hiciese con su acuerdo e consejo e *consentimiento*. E así, *colorando sus razones, y desdorando la honra e fama del rey*, aplacó algún tanto su alteración [...] Pero ni por esto dexaban de sentir ni conocer que aquello que así se intentaba, era muy ageno de la verdad; e que no lo hacía por celo que tuviese al bien común, ni afición a la justicia, salvo por su propio interese, e a fin de aver el Maestradgo de Santiago.»²⁷

Como vemos, el texto describe una maniobra de propaganda clarísima. Pacheco llega a Burgos y convoca a los ciudadanos, a los que intenta vencer con un discurso plagado de argumentos políticos tópicos (tiranía del rey, reparación de los males, celo de justicia, bien común...). Hay un propagandista, un objetivo político que se quiere ocultar con un discurso, unos destinatarios de la propaganda que, por su carácter amplio debemos identificar con la opinión pública de la ciudad de Burgos, y un propósito que es el de hallar el «consentimiento» de dicha opinión pública.

Volviendo a Alfonso de Palencia, nos ocuparemos ahora de otros propagandistas que aparecen en su crónica, al lado de Pacheco. Es el caso de Alfonso de Fonseca, arzobispo de Sevilla, a quien Palencia califica de «agente del rey»:

«Bien hubiera querido don Enrique *encubrir* artificiosamente la fealdad del caso, valiéndose de sus agentes el Marqués y el arzobispo de Sevilla, y con los circunloquios de las conferencias alejar hasta cierto punto las sospechas del fraude y del odio» [T. I, p. 103].

Al igual que Pacheco, Fonseca se vale de la retórica y de sus colaboradores para persuadir a potenciales partidarios:

«Túvoles algún tanto indecisos la índole sospechosa del prelado, y la reconocida perversidad de sus instigadores; mas sus *artificiosas razones* encaminadas al bien del estado, y el verosímil²⁸ deseo de poner término a trastornos, atrajeron a los recelosos y los hicieron caer en las redes» [T. I, p. 36].

Fonseca, en su lucha particular con su sobrino de igual nombre emplea también la propaganda para ganar adeptos, mediante cartas «engañosas»:

²⁷ Diego Enríquez del Castillo, *Crónica del rey don Enrique*, «Crónicas de los Reyes de Castilla», BAE, vol. LXX, Madrid, 1953, p. 137. Orestes Ferrara aludió ya a este fragmento de Enríquez del Castillo, en virtud del cual dijo que el Marqués de Villena «hubiera podido rivalizar con cualquier propagandista de los tiempos democráticos» (*Un pleito sucesorio. Enrique IV, Isabel de Castilla y la Beltraneja*, Madrid, 1945, p. 181).

²⁸ Aquí hay que entender «verosímil», lógicamente, como «similar a la verdad», «con apariencia de verdad».

«A excepción de unos cuantos, enemigos de todo lo bueno, y de aquellos que el Arzobispo viejo logró astutamente con sus *engañosas cartas* que se le declarasen contrarios, de todos los demás era [se refiriere al sobrino del arzobispo, su rival] universalmente querido» [T. I, p. 140].

Otro propagandista, según las apreciaciones de Palencia, es el condestable Miguel Lucas de Iranzo, quien consiguió reunir un gran poder en Jaén, según Palencia, gracias a su política de propaganda basada en la retórica y en la ostentación del poder y de la justicia, para ganarse a la opinión pública:

«Ciertamente el condestable era hombre de ingenio reconocidamente pobre y limitado; pero empleaba cierta *apariencia de suprema autoridad*, y su *nuevo género de severidad y de elocuencia* hacía que aquellos ciudadanos a quienes jamás pudo nadie sujetar al yugo de la obediencia no se desdieran de acatarle como a rey esclarecido» [T. I, p. 186].

Finalmente, entre los propagandistas que trabajan para el rey se encuentra, cómo no, el cronista rival de Palencia, Enríquez del Castillo. Palencia no pierde la oportunidad de desprestigiarle moralmente y de declarar mentirosa la crónica que iba relatando el capellán de Enrique IV. En cierta ocasión, esta crónica cayó en manos de Palencia:

«Supieron que en la casa de cierta mujerzuela estaban depositadas dos mulas y el equipaje de un cronista de los contrarios (del que parece era aquella la manceba) inmediatamente entraron en la habitación sacaron las mulas y abrieron las dos arcas portátiles: pero viendo que sólo contenían cuadernos escritos, lleváronlos al Arzobispo, que los leyó y vio eran una crónica de D. Enrique atestada de falsedades... [entre ellas], la relación de la batalla de Olmedo en que cuarenta días antes habían intervenido personalmente, y advierte que está llena de palmarios e infundados desvaríos» [T. I, pp. 232-233].

Que existe una polémica con Enríquez del Castillo es un hecho, pues en varias ocasiones, aunque sin citarlo directamente, Palencia se ocupa de deslegitimar la pretendida verdad a la que los cronistas partidarios del rey pudieran apelar. En esta polémica se descubre el propio carácter propagandístico de la crónica de Palencia como pieza que forma parte de una dialéctica propaganda-contrapropaganda:

«No faltaron, sin embargo, historiadores sobornados a quienes llamamos cronistas, que prometían dejar descritas en impercederos monumentos literarios tantas insignes hazañas; ensalzaban con el mayor descaro lo vituperable, recomendaban el sistema de pelear en haz desordenada, llamándole habilidad y noble anhelo de combatir; y como ningún hecho glorioso ocurría, registraban algunos tan insignificantes como el de que un caballero al saltar había oprimido con suma destreza los ijares del caballo; que otro llevaba empena-

chada celada y resplandeciente armadura, o que algunos habían burlado la persecución de muchedumbre de moros, merced a la agilidad de sus caballos, y dado ocasión a que se empeñase alguna ligera escaramuza; sobre todo enaltecían el arrojo del rey, considerándole superior al de Alejandro» [T. I, p. 72].

«Sobrada y no muy comprensible sería la explicación de los hechos menos importantes que por aquellos mismos días se intentaron en daño del estado. Todo escritor veraz podrá aun aumentarlos seguramente; pero el que disminuya o *disimule* algo de los que quedan referidos o de los que han de narrarse, con razón debe ser considerado como *engañoso*» [T. I, p. 113].

Pero no sólo hay propagandistas en el bando real. También entre los partidarios del infante Alfonso y de su hermana Isabel ve Palencia personajes que utilizan la falsedad para obtener provecho. En este caso critica la «hipocresía religiosa» del dominico Alonso de Burgos, que en sus sermones se sirve de una oratoria exaltada encaminada a ganarse el favor popular. Nos encontraríamos con una especie de propaganda religiosa empleada no tanto para la propagación de la doctrina, cuanto para la autopromoción de los propios eclesiásticos.

«Comenzó luego a buscar el favor del vulgo con sermones de más petulancia que doctrina y para suplir con cierta *hipocresía* lo que la falta de instrucción le rebajaba, adoptó un rostro severo y andar majestuoso, muy contra lo que exigía su natural y contra lo que ordinariamente ocurre en los años juveniles. En sus sermones tronaba con más indignación que los otros predicadores contra la liviandad y corrompidas costumbres de los cristianos, con lo que alcanzó *entre el vulgo* singular *opinión* de virtuoso por aquellos días en que don Enrique, entró en la noble villa de Valladolid; cuando el furor de la guerra devastaba los reinos y las facciones agitaban en diversos sentidos los ánimos, o los atormentaban con injuriosas palabras, acusándose unos a otros de perfidia o de perversidad [...] creciendo con ello la desvergüenza de su lenguaje y la osadía de sus insolencias [...] *cubierto con el manto de religioso*, porque si bien no le adornaba ninguna de las virtudes que tal estado exige, aquel fervor con que predicaba a los pecadores la enmienda de la vida como que *disimulaba* los propios errores» [T. I, p. 282].

Este personaje, seguidor de los partidarios del anti-rey Alfonso, en esos sermones, no sólo criticaba la relajación moral de los castellanos en abstracto, sino que introducía elementos que aludían a la guerra civil y a la defensa de su bando, además de dedicarse a fortalecer con su oratoria los ánimos de los combatientes en plena batalla de Olmedo [ver T. I, p. 282]. Palencia nos proporciona también ejemplos claros del empleo de sermones políticos como medio de propaganda, lógicamente atribuidos al bando enemigo. Los predicadores, profesionales de la comunicación por excelencia, se ponen al servicio del poder que les paga para defender sus posturas. Según Palencia, Enrique IV se valió de un predicador para contradecir los malos augurios,

contrarios a su persona, que habían sido proclamados a raíz de ciertos «prodigios» acaecidos en Sevilla:

«Todos estos y otros infinitos desastres ocurrieron en tan cortos momentos, que apenas hubieran bastado para abrir y cerrar tres veces los ojos. Inmediatamente que de ello tuvo noticia don Enrique dispuso que marchase a Sevilla cierto religioso de Jaén, ordenándole que combatiese en sus sermones la estupefacción de los ciudadanos, *persuadiéndoles* de que en todos aquellos prodigios y en otros del mismo género para nada intervenía la mano de la Divinidad, sino causas enteramente naturales» [T. I, p. 144].

2.b) La percepción de los medios de la propaganda

El sermón de la cita anterior obedece a la finalidad de combatir una propaganda anti-enriqueña que intentaría sacar partido político de los desastres naturales, una propaganda basada en los *augurios y las señales proféticas*²⁹. El *sermón* se incorpora como arma en una lucha propagandística³⁰. De esta forma podemos introducirnos en los medios de propaganda a los que se alude en la crónica de Palencia. Al tiempo que veíamos citados a algunos «profesionales de la propaganda» iban apareciendo diferentes instrumentos de propaganda: *propaganda de los gestos*³¹ y las apariencias, *persuasión retórica en la oratoria*³², *propaganda escrita en las crónicas*³³. A todos estos se pueden añadir algunos testimonios más.

²⁹ La utilización de los prodigios y las profecías como medio de propaganda en la Edad Media ha sido objeto de estudio: Contamine, P., «Prodiges et propagande. Vendredi 20 août 1451, de 7h à 8h du matin: le ciel de Bayonne», *Observer, lire, écrire le ciel au Moyen Âge*. Actes du colloque d'Orléans, 22-23 avril, 1988, ed. B. Ribémont, Paris, 1991, 63-86; Beaune, C., «Prophétie et propagande: le sacre de Charles VII», *Idéologie et propagande en France*, ed. M. Yardeni, Paris, 1987, 63-74. En el caso hispano se han estudiado las profecías ligadas al mesianismo regio: Milhou, A., «Propaganda mesiánica y opinión pública. Las reacciones de las ciudades del reino de Castilla frente al proyecto fernandino de cruzada (1510-1511)», *Homenaje a José Antonio Maravall*, t. III, Madrid, 1985, 51-62; Aurell, M., «Messianisme royal de la Couronne d'Aragon (14^e-15^e siècles)», *Annales, E. S. C.* 52, 1 (1997), 119-155.

³⁰ Sobre el sermón propagandístico, ver el conjunto de trabajos de la obra *Predication et propagande au Moyen Âge: Islam, Byzance, Occident*, Colloques Internationaux de La Napoule, 1980, Paris, 1983. Sobre el papel de los clérigos en la propaganda regia: Nieto Soria, J. M., «Les clercs du roi et les origines de l'État Moderne en Castille: propagande et légitimation (xième-xvème siècles)», *Journal of Medieval History*, 18 (1992), 297-318.

³¹ La importancia política de los gestos ha merecido un lugar en la historiografía: Schmitt, J. C. *Les raisons des gestes dans l'Occident Médiéval*, Paris, 1990; Beceiro, I., «El escrito, la palabra y el gesto en las tomas de posesión señoriales», *Studia Historica. Historia Medieval*, 12 (1994), 53-82.

³² El papel de la retórica en la propaganda política: Artifoni, E., «Retorica e organizzazione del linguaggio politico nel Duecento italiano», *Le forme della propaganda...*, op. cit., 157-182.

³³ La historiografía, como ya defendiera B. Guenée (*Histoire et culture historique dans l'Occident médiéval*, Paris, 1980, p. 332 y ss.), es, sin duda, uno de los medios privilegiados

A la propaganda oral va unida, con frecuencia, una propaganda transmitida por vía escrita en forma de *cartas*, epístolas enviadas a diversos individuos o colectividades. Según Palencia, «con las cartas y con los razonamientos de los *seductores* comenzó a quebrantarse la constancia de los del pueblo» [T. I, p. 282]. Con ocasión de la batalla de Olmedo, además de realizar diferentes gestos propagandísticos, todos envían sus cartas a las ciudades atribuyéndose la victoria: «Las ciudades supieron con diversidad el resultado de la batalla, porque ambas partes se atribuían la victoria y los mensajeros llevaban noticias diferentes» [T. I, p. 224].

*Relaciones de sucesos*³⁴, en este caso de batallas, escritas con ocasión de la lucha contra Granada, son enviadas a Roma para conseguir el favor papal. Según Palencia, las enviadas por el rey Enrique eran «relaciones falsas»:

«Siguiendo D. Enrique el consejo del Marqués, envió al papa nuevos embajadores que le interesasen con *relaciones falsas* y le *persudiesen* de que la guerra del año anterior se hubiera hecho con gran energía y al fin conseguido la victoria, a no haberse encerrado astutamente los moros en lugares fortísimos por naturaleza y por sus reparos, y que aun así no hubieran escapado a la valerosa diestra de los cristianos si se les hubiese acometido con ejército más numeroso» [T. I, p. 86].

Es destacable el papel de Roma como lugar donde las cortes europeas intentan dirimir todas sus polémicas. La corte papal es el punto de encuentro, el campo de batalla de combates simbólicos, de debates argumentativos y de

de la propaganda medieval: Grandsen, A., «Propaganda in English Medieval Historiography», *Journal of Medieval History*, 1 (1975), 363-381; de la misma autora, «Politics and historiography during the War of the Roses», *Medieval Historical Writings in the Christian and Islamic World*, ed. D. O. Morgan, London, 1982, 126-148; Lewis, P. S., «War-Propaganda and Historiography in Fifteenth-Century France and England», *Transactions of the Royal Historical Society*, 5.^a ser., 15 (1965), 1-21; Genet, J. P., *Historiographie et système de communication au Moyen Âge*, *L'Histoire et les nouveaux publics dans l'Europe Médiévale (XIII-XV siècles)*, Paris, 1997, 11-32. En el ámbito hispánico Mitre, E., «La historiografía bajomedieval ante la revolución tratábara: propaganda política y moralismo», *Estudios de Historia Medieval en homenaje a Luis Suárez Fernández*, Valladolid, 1991, 333-347.

³⁴ Recientemente se está llamando la atención sobre la función propagandística de determinado tipo de cartas llamado «cartas de relación», relatos de contenido histórico que han sido situados en el origen del periodismo (Gotor, J. L., «Formas de comunicación en el siglo XVI (relación y carta)», *El libro antiguo español*, Actas del primer coloquio internacional, Salamanca, 1988, pp. 175-188). En la guerra de Granada que mantuvieron los Reyes Católicos tuvieron una importancia fundamental (pueden verse las apreciaciones de Pedro Cátedra en su artículo «En los orígenes de las Epístolas de Relación», *Las Relaciones de Sucesos en España (1500-1750)*, Actas del I Coloquio Internacional (Alcalá de Henares, junio 1995), Alcalá de Henares, 1996, 33-64). El relato de los sucesos bélicos, contados con mayor o menor fidelidad, sirvió para alentar a nobles y ciudades a seguir con la guerra, y en Italia proporcionaron materia para la confección de los sermones que se pronunciaban en el marco de las ceremonias de acción de gracias por la victoria, que daban el debido tono de guerra santa a la contienda.

discursos enfrentados. Los bandos enemigos en la guerra civil castellana en tiempos de Enrique IV no iban a actuar de manera diferente, y más cuando se había producido el grave hecho de destronar a un rey y sustituirlo por otro. En Roma no se admitía el título real al joven Alfonso, a pesar de las cartas que nobles y ciudades enviaron en su apoyo³⁵. Por parte de Enrique también se enviaron cartas a Roma. Palencia recoge los argumentos aducidos en una de ellas escrita por el deán de Toledo, Francisco de Toledo, a quien el cronista desautoriza para defender con la razón a un rey, Enrique, al que, antes él mismo había atacado en sus sermones. Palencia cuenta cómo el deán confecciona su discurso siguiendo modelos bíblicos:

«Accedió pues a lo que se pedía y fijándose en la abyección del rey Saúl, fue recogiendo del libro I de Samuel, cap. XV, varios textos como por ejemplo: “Y habló el señor a Samuel y le dijo: Pésame de haber puesto por rey a Saúl, porque me ha abandonado y no ha cumplido mis instrucciones, etc...””. Seguía después la refutación cuando Samuel dice: “Acaso se contenta Jehová con los holocaustos como etc...””, y concluyó en pensamiento con estas palabras: “Por cuanto rechazaste la palabra de Jehová, Jehová te ha desechado para que no seas rey, etc., etc.”... De tales textos quería deducir el deán, que, excepto en el caso de herejía notoria confesada o probada ante juez competente en materias de fe, el Príncipe, aun siendo el mayor pecador, no puede ser desposeído del trono, etc.» [T. I, p. 194]³⁶.

Como medio de propaganda aparecen también las *ceremonias* en la crónica de Alfonso de Palencia. En este caso tenemos dos versiones contrarias, por una parte en un sentido negativo, al criticar la ostentación que sirve para fundamentar un poder sólo aparente y, por otra, una observación positiva sobre la pompa desplegada para hacer valer un poder que el enemigo suponía debilitado. En ambos casos, la ceremonia aparece como una forma de expresión o de exhibición del poder. El primer caso se refiere a la corte papal cuyos excesos Palencia no se cansa de censurar; el segundo, a la nobleza aragonesa, de quien el cronista es repetido defensor. El hermano del papa Sixto IV, el cardenal de San Sixto:

«Supo que un hijo del rey Don Fernando se disponía a acompañar a Lombardía a su mujer, hermana de Galeazo, duque de Milán, y se complació en desplegar extraordinaria magnificencia en banquetes, espectáculos, cantos, danzas y diversidad de representaciones escénicas, todo a gran costa, como si la ostentación de tales vanidades constituyese el fundamento de perpetua dominación» [T. II, p. 34].

³⁵ Ver, por ejemplo, la enviada por la ciudad de Sevilla, según Palencia [t. I, p. 170]. En esta carta se expresa la intención de contrarrestar los «falsos relatos» que pudiera recibir el pontífice del bando enriqueño.

³⁶ El traductor Paz y Meliá suprime los textos bíblicos que Palencia había apuntado con mayor extensión.

En el segundo caso, nobles aragoneses son enviados a Francia ante el rey Luis, enemigo de Juan II de Aragón:

«Enviándolos a Francia con gran ostentación y aparato, a fin de demostrar al soberbio monarca extranjero con aquella manifestación de poder aragonés que no se había extinguido la nobleza de aquellos reinos» [T. II, p. 107].

Con estos ejemplos extraídos de la parte de la crónica de Alfonso de Palencia dedicada al reinado de Enrique IV, hemos aportado testimonios que reflejan, a partir de un contexto histórico-político concreto, la realidad del conocimiento de las técnicas de la propaganda en la Castilla bajomedieval, premisa que nos posibilita el iniciar una investigación sobre la propaganda política en la corte de los Reyes Católicos. El empleo de la propaganda puede, por tanto, ser documentado históricamente. Pero antes de concluir con este cronista, hemos de hacer alusión a un aspecto fundamental que se encuentra en el punto de mira de la propaganda, en su relación con la opinión pública: la *fama* del rey. Palencia dice que Enrique IV, a comienzos de su reinado:

«No se había descuidado en derramar la semilla de una recíproca simpatía y ganar con su *renombre* las voluntades de los principales y del pueblo» [T. I, p. 16].

La fama, el renombre, la reputación, penetra en el discurso de la propaganda política, ya sea para promocionar la figura del rey, ya sea para derribarlo. Si esto último se consigue, podría pensarse que las luchas propagandísticas que se traslucen en las guerras civiles de finales de la Edad Media hispánica son un asunto más serio de lo que a primera vista pudiera parecer (no estaría de más intentar considerar la influencia real que tuvo este tipo de lucha en la pérdida del rumbo político del rey Enrique IV de Castilla). El problema de la fama del rey —su imagen—, se presentaría como un obstáculo político a superar por los monarcas que caminan hacia el autoritarismo regio en esta etapa de transición hacia el Estado Moderno. En el siguiente apartado veremos cómo la fama es uno de los términos clave de la propaganda política en la etapa medieval.

III. Decir «propaganda» en el siglo xv

En el apartado anterior hemos rastreado la «consciencia propagandística» siguiendo un posible método que consistiría en buscar en los textos expresiones con las que el autor intente desprestigiar al contrario, deslegitimar o desautorizar sus actitudes, acciones, argumentos, etc. Esta desautorización de acciones desplegadas con finalidad política se expresa en los textos mediante una serie de términos que nos sitúan ante lo que hoy denominaríamos

como operaciones de propaganda. La desautorización nos habla de una propaganda negativa o entendida desde el punto de vista de lo negativo (porque es la propaganda que emplea el adversario), pero, igualmente, en los textos aparecen términos que pueden expresar la propaganda que podríamos denominar positiva, la cual se corresponde con la que promueve el propio autor-emisor. Ya que carecemos de una palabra propia de la época para designar la propaganda, estos términos pueden, quizá, suplirla de alguna manera. Para precisar su significado, veremos ahora estos términos a la luz de la información contenida en los diccionarios antiguos del español y en los diccionarios etimológicos así como su sentido en algunos textos de la época. Veremos en estos mismos diccionarios³⁷ términos o expresiones que revelan la opinión pública medieval y que se solapan con los de la propaganda. Los términos a los que nos vamos a referir son pocos, pero creemos que pueden servirnos de base para reflexionar sobre cómo se alude en los textos medievales a la propaganda política y a la opinión pública de esa época.

1. Opinión

Se recogen varias acepciones del término *opinión*. La que se deriva de «opinar», «conjeturar» o «dar un parecer» (*DECH*) y «dictamen, sentir o juicio que se forma de alguna cosa, habiendo razón para lo contrario» (*Aut.*). Esta definición revela que la opinión no es única, sino que siempre existe una disparidad de opiniones. Queda el poso de la idea platónica sobre la opinión, presente en *COV*: «Distinguen los filósofos la opinión de la ciencia porque la ciencia dice ser cosa cierta e indubitable, y la opinión es de cosa incierta; y esta es la causa de aver opiniones contrarias en una misma cosa». En consecuencia, la opinión difícilmente se situará del lado de la verdad: *PAL*: «Opinión es una semeiança de razón». Palencia introduce el matiz de lo público, pero equiparándolo con lo popular y desprestigiándolo: habla de «ventezuelo popular», lo que recuerda la mutabilidad de la opinión.

En los textos medievales se reflejan estas concepciones sobre la opinión: «Mas como la verdat se es fuerça [*sic*] preualezca más que la *opinión*», dice

³⁷ Nos referiremos a los diccionarios con las siguientes siglas: (*PAL*): Alfonso de Palencia, *Universal Vocabulario en latín y en romance*, reproducción facsimilar de la ed. de 1490, Madrid, 1967; (*COV*): Sebastián de Covarrubias, *Tesoro de la lengua castellana o española, según la impresión de 1611, con las adiciones de Benito Remigio Noydens publicadas en la de 1674*, ed. Martín de Riquer, Barcelona, 1993; (*Aut.*): Real Academia Española: *Diccionario de Autoridades*, ed. facsímil de la de 1726, Madrid, 1979. (*CUERVO*): Cuervo, R. J., *Diccionario de construcción y régimen de la lengua castellana*, Santa Fé de Bogotá, 1994 (1.ª edición, t. I (A-B), 1886, t. II (C-D), 1893); (*DECH*): Corominas, J. (colaborador, J. A. Pascual), *Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico*, Madrid, 1987; (*Gili Gaya*) Gili Gaya, S., *Tesoro lexicográfico (1492-1726, letras A-E)*, Madrid, 1947. Agredezco a la profesora Elena Bajo, de la Universidad de Salamanca, su generosidad por permitirme consultar, antes de su publicación, la guía lexicográfica que ha elaborado.

el bachiller Palma³⁸ y Fernando del Pulgar lo subraya: «Nunca *opinión* venció a la verdad e la verdad, al fin, siempre venció a la *opinión*»³⁹. Las diferencias de opiniones suelen relacionarse en las crónicas con las divisiones y las luchas de bandos.

Contrariamente a lo que podría parecer, la opinión no puede dejar de tenerse en cuenta y de valorarse positivamente, a pesar de su inconsistencia. La segunda acepción de *opinión* lo revela. *Aut.* dice que «significa también fama o concepto que se forma de alguno» y recoge la expresión *andar en opiniones*: «Ponerse en duda el crédito o estimación de alguno». Y, según *PAL*, «opinión es nueva y es fama e nombradía». Más abajo definiremos fama y veremos que también está presente cierta ambigüedad que no deja de aflorar en todos estos conceptos. En principio, si en la opinión está presente el concepto de fama, es decir, el crédito y la estimación sobre lo bueno y virtuoso y lo malo y vituperable, los gobernantes, no pueden pasar por alto la opinión. En la crónica de Fernando del Pulgar, los reyes consideran la *opinión del pueblo*⁴⁰. Pulgar hace decir a la reina Isabel:

³⁸ Bachiller Palma, *Divina retribución sobre la caída de España en tiempo del noble rey Don Juan el Primero*, ed. José Madría Escudero de la Peña, Madrid, 1879, p. 23 (las siguientes citas incluirán el número de página en el texto).

³⁹ Fernando del Pulgar, *Crónica de los Reyes Católicos*, ed. Juan de Mata Carriazo, Madrid, 1943, t. I, p. 175 (igualmente, entre corchetes en el texto las próximas citas).

⁴⁰ La «opinión pública» es también un concepto contemporáneo que puede ser tachado de anacrónico para esta época, puesto que nace con la irrupción de la burguesía en los ámbitos de poder y precisa de unas condiciones que faciliten a los gobernados la libertad de expresión y de opinión política (Speier, H., «The rise of public opinion», *Propaganda and communication in world history*, ed. H. Lasswell, Michigan, 1990, pp. 148-149). Sin embargo, al igual que sucede con la propaganda política, la opinión pública es un fenómeno detectado por los sociólogos y antropólogos, incluso, en sociedades con sistemas de gobierno autoritario. Ni aun en los regímenes absolutistas puede prescindirse del *consentimiento* de los gobernados (Sani, G. «Opinione publica», *Dizionario di politica*, ed. N. Bobbio e N. Mateucci, Torino, 1983, p. 661). El consentimiento, en la Edad Media, se percibe tras el consenso que aclama al monarca medieval (Beneyto, J., *La opinión pública. Teoría y técnica*, Madrid, 1969, p. 177) o en los escritos de autores como Juan de Salisbury o Juan de París y en todos los teóricos del tiranicidio. Claude Gauvard cree, contrariamente a lo que se podría pensar, que el estudio de la opinión pública resulta más operativo para una sociedad tradicional como la Edad Media que para la actual, puesto que la necesidad de consenso es tan fuerte en la Edad Media, que el deseo de conformidad llega a aventajar al sentimiento de las diferencias, actuando la opinión como un elemento necesario que liga los pensamientos y valores de esta sociedad. Esta autora ha estudiado la opinión pública en la Baja Edad Media francesa en relación con las prácticas judiciales y con la funcionalidad política y social del crimen y la violencia en la construcción del Estado. Ver sus obras: «L'opinion publique aux confins des Etats et des Principautés au début du xve siècle», *Les Principautés au Moyen Âge*, Bourdeaux, 1979, 127-152; «Les officiers royaux et l'opinion publique en France à la fin du Moyen Âge», *Histoire comparée de l'Administration (Ive-XVIIIe siècles)*, München, 1980, 583-593; «Le roi de France et l'opinion publique à l'époque de Charles VI», *Culture et idéologie dans la genèse de l'État Moderne*, Roma, 1985, 353-366, y los capítulos correspondientes de su obra «De grace especial». *Crime, Etat et Societé en France à la fin de Moyen Âge*, París, 1991.

«E sólo por satisfacer la *opinión del pueblo* que piensa que ha servido [refiriéndose al arzobispo de Toledo] al rey mi señor e a mí quiero fazer extrema diligencia» [T. I, p. 105].

En el capítulo de la crónica de Pulgar en el que se relata la primera incursión del ejército de Fernando contra Toro, los nobles aconsejan al rey que presente batalla a Alfonso V de Portugal, a pesar de no tener muchas posibilidades: «habiendo consideración que algunas veces es necesario satisfacer a la *opinión del pueblo*, aconsejaron al rey que lo devía hazer» [T. I, p. 194].

Igualmente, en la *Crónica de los Reyes Católicos*, de Diego de Valera, el consejo de los reunidos ante las puertas de Toro fue:

«Que para favorecer la parte del rey don Fernando, e para *opinión de los pueblos*, era asaz se supiese cómo el rey de Portugal públicamente avía dicho que no podía aver buen día fasta prender al rey don Fernando o fazerle yr fuyendo de sus reynos, e lo avía visto delante de sí, sus batallas ordenadas e vanderas desplegadas, siéndole presentada la batalla, y él con tantas gentes sin verguença estovo ençerrado en la çibdad»⁴¹.

Otra acepción que se encuentra en *PAL* dice: la «opinión es nueva», es noticia. Se trataría, según los textos, de una activa corriente de información que se hace circular entre la población normalmente en función de algún móvil político. El pueblo es, «movido ligeramente por *opinión*», dice Pulgar [T. II, p. 152]. La opinión parece, por tanto, ser un atributo que afecta de manera especial al pueblo. El pueblo es el blanco de la opinión y puede convertirse en transmisor de una opinión ajena. El pueblo habla, pero cuando lo hace puede no estar expresando su opinión. O bien le roban la opinión o no es la suya. En la entrada *Pueblo* de *Aut.* se recoge la expresión *voz del pueblo*: «Dictamen que sigue algún pueblo o ciudad, sin variación, sino todos unánimes y conformes». La voz del pueblo, se traduce, en la obra del Bachiller Palma, en «*voz común* y voluntad de los pueblos del reyno e señoríos» [p. 29]. En la crónica de Fernando del Pulgar comprobamos, en cambio, que esta voz puede ser usurpada por grupos partidistas:

«La reyna, que conoció bien el engaño que aquellos principales facían, para conseguir con *voz de pueblo* lo que a ellos complía» [T. I, p. 270].

EL máximo nivel de autoridad de la voz del pueblo la adquiere, precisamente, cuando no es él el que habla, sino que es Dios el que habla por él, como se ve en este texto del bachiller Palma:

⁴¹ Diego de Valera, *Crónica de los Reyes Católicos*, ed. est. Juan de Mata Carriazo, Madrid, 1927, p. 30 (las siguientes citas de esta obra incluirán el número de página en el cuerpo del texto).

«Como la voz del pueblo sea voz de Dios, que es la verdad que es nascida de la tierra, que son los labradores e pueblos e humilldes, los quales no podrían asy ser engannados ni atraydos a seguir *opinión*, porque están sobre aviso de notoria verdad» [p. 29].

El texto de Palma resulta casi paradójico. La voz del pueblo ya no expresa una opinión, sino la verdad, y la razón es que es Dios quien, en último término, se hace responsable de tales palabras. Si esto fuera realmente así, siempre que hablara el pueblo (la *vox populi*) estaría hablando Dios, pero el resto de textos lo contradicen⁴². La opinión del pueblo se mide por un criterio de valoración gradual que va desde el poco crédito a la fe ciega de la verdad absoluta. Este criterio variable y ambiguo, ya definido así por los propios contemporáneos, como concepto maleable que depende del contenido que se le dé en cada circunstancia, hace que el término *opinión* nos esté proponiendo, en realidad, una situación relacionada con la propaganda.

2. Fama

El *DECH* recoge las distintas acepciones procedentes del latín: por una parte «rumor, voz pública», «opinión pública» y por otra, fama como «renombre». La primera, expresamente, se relaciona con la opinión pública. En un primer significado, la fama se reduce a una información, una «noticia o voz común de alguna cosa», según *Aut.*; la fama, al igual que la opinión, circula, se difunde.

La fama, cuando se convierte en «estimación y crédito de la bondad de alguno» (*Aut.*), la recibe del exterior cualquier individuo: «opinión de alguna persona, buena o mala, conforme a su modo de obrar» (*Aut.*); la fama es opinión exteriorizada, publicada: *pública voz y fama*, expresión que recoge *Aut.* aplicada al discurso forense «que explica la notoriedad de alguna cosa. Es mui usada para remate de las deposiciones de los testigos, diciendo: esto

⁴² La propia permeabilidad de la máxima «voz del pueblo, voz de Dios» lo revela. En una crónica del siglo XII en la que se emplea el adagio *vox populi, vox dei* en el contexto de la elección del arzobispo de Canterbury, en el 943, «populus» se reduce al círculo de los obispos ingleses e, incluso, «vox», traduce, en realidad, la propia voluntad real; cit. por Boureau, A. «L'adage *vox populi, vox Dei* et l'invention de la nation anglaise (VIII-XII^e siècle)», *Annales E. S. C.*, 4-5 (1992), pp. 1072-1073. Este autor ha definido dicha expresión como un «enunciado colectivo», cuya característica fundamental es su versatilidad, susceptible de servir a las apropiaciones ideológicas más diversas. Una primera aproximación a esta máxima en la literatura política española puede leerse en el libro de Bermejo Cabrero J. L., *Máximas, principios...*, op. cit., pp. 117-132. En el refranero español hemos encontrado un refrán de origen sefardí sumamente gráfico que parodia el sentido que pretende darse a esta expresión y revela claramente la crítica de tal apropiación propagandística: «voz de perro no sube al cielo» (O'kane, E., *Refranes y frases proverbiales españolas de la Edad Media*, Madrid, 1959, p. 233).

lo sabe porque es público y notorio, pública voz y fama». También recoge un refrán: *buen fama, hurto encubre* y lo explica de la siguiente manera: «aconseja se procure adquirir buena opinión, porque con ella se puede disimular mejor algún defecto si le hay». Aparece así la fama relacionada con el engaño y la simulación, alejándose de la categoría de verdad, tal y como ocurría con la opinión. Sin embargo, la fama también se toma por verdad, porque, según otro refrán registrado en *Aut.* «*la mala llaga sana, la mala fama mata*, refrán con que se expresa que el que una vez llega a tener mala opinión y ser conocido por algún defecto grave, con gran dificultad puede lograr que se borre de la imaginación de los otros». Este refrán es una variación de otro que se decía en el siglo XIII y que aparece en el *Libro de los cien capítulos*: «sanan llagas e non sanan malas palabras»⁴³. La fama de alguien parece, pues, depender más de las palabras dichas por otros que de las acciones llevadas a cabo para ganársela. La característica más importante de la fama tiene que ver, por tanto, con la comunicación. La fama no se hace, sino que se difunde. En *COV* se insiste en ello: «es fama todo aquello que de alguno se divulga, ora sea bueno ora malo» y, anteriormente, en *PAL*: «es dicha porque hablando se derrama y es también de lo malo como de lo bueno». *Fama* es sinónimo de *opinión*, sin embargo, al menos en el signo XV, se observan diferencias. En *PAL* se incluyen matizaciones entre *rumor*, *fama* y *opinión*: «fama, rumor e opinión son diferentes, la fama descubre y el rumor alborota e la opinión faze sospecha». La fama parece tener un grado de crédito mayor que la opinión. Esto hace que los reyes, príncipes y señores alardeen de su fama y no de su opinión, tal y como se observa en los textos. El diccionario de Palencia introduce, además, otro matiz en la definición que falta en los otros diccionarios posteriores: «fama es esperança de avenira dádiva». De la fama se espera una recompensa, una recompensa material, ya sea una merced, premio a un servicio prestado a un señor o al rey, o un privilegio. Según parece, es la fama y no exactamente el «servicio» en sí lo que proporciona el premio. La fama, en este caso, dependería, no tanto de lo que uno haga, sino de lo que los demás digan de uno, así como de lo que uno mismo *haga* que los demás digan, en el caso de que no sea posible hacer ninguna acción especial que sirva para ganar fama⁴⁴. Es el individuo el que debe buscar la fama, si no con actos, al menos gracias a las palabras. La categoría de dádiva, de premio o recompensa, presenta la fama como un

⁴³ Cit. por Bizarrri, H., «La palabra y el silencio en la literatura sapiencial», *Incipit*, XIII (1993), p. 35. La primera versión del refrán, recogida por *Aut.* se expresa en Alfonso X, *Partida II*, t. XIII, l. XXVI: «Que mas de grieve sanan los omnes desta [de la mala fama] que de la llaga».

⁴⁴ Es este sentido pueden leerse las amargas quejas del cronista anónimo de los Reyes Católicos sobre cómo los caudillos arrebatan la fama y la honra de los hechos notables en las batallas a los hidalgos pobres de su hueste (ver, *Crónica incompleta de los Reyes Católicos*, ed. J. Puyol, Madrid, 1934, pp. 270-271). La fama está unida a la riqueza, pues el rico hombre puede pagar a los cronistas para que divulguen su fama.

elemento importantísimo en las relaciones políticas de una sociedad del don como es, en gran medida, la de la Edad Media. La fama adquiere, así, un valor político.

La fama, sinónimo de noticia que se propaga como rumor, aparece en textos narrativos como las crónicas bajo la forma *según fama*, o «llegó al rey de Aragón la fama»⁴⁵, *era fama que*⁴⁶... El cronista atribuye una información a la voz de la fama. En cierto modo puede decirse que el cronista se desvincula de una información que él conoce, porque la ha oído en alguna parte, y de la que, sin embargo, no puede —o no quiere— identificar claramente la fuente⁴⁷. La fama como información equivaldría al rumor, por tanto a una información cuya veracidad es difícil de asegurar⁴⁸.

Decíamos que la característica fundamental de la fama es su impulso difusor. La fama se *divulga*⁴⁹, se *derrama*⁵⁰, *vuela*⁵¹, se hace *pública*⁵², la fama tiene *voz y suena*: «la voz y fama de las grandes justicias que en la corte

⁴⁵ Diego de Valera, *Memorial de diversas hazañas. Crónica de Enrique IV*, ed. Juan de Mata Carriazo, Madrid, 1941, pp. 91 y 258.

⁴⁶ *Crónica anónima de Enrique IV de Castilla 1454-1474 (Crónica Castellana)*, ed. María Pilar Sánchez Parra, Madrid, 1991, p. 357.

⁴⁷ No deja de resultar curioso que, en el diccionario de Covarrubias, se defina «libelo famoso» como «el escrito por incierto autor, que trata de la honra de alguna persona y la infama».

⁴⁸ Las dos acepciones básicas que dan sentido al término fama, en relación con la propaganda política son, en primer lugar la fama como *reputación* y, en segundo lugar, la fama como *rumor*. Ambas se encuentran íntimamente relacionadas, puesto que el rumor se compone de informaciones que en las crónicas, frecuentemente, se atribuyen a la opinión común u opinión pública (los rumores son, por definición, informaciones no oficiales). Los rumores, convenientemente encauzados, en ocasiones, por los grupos de poder, canalizan las formas de la infamia y nutren, de este modo, una propaganda encaminada a destruir reputaciones. Alfonso X reguló con dureza los ataques contra la reputación del rey, las palabras dichas «en manera de mezcla» para dañar su imagen y provocar movimientos de opinión en contra del monarca (ver, por ejemplo, el título XIII de la *Partida II*). Estos *mezcladores* se encargarían de difundir rumores infamantes en el marco de la corte. Sobre las dos formas de la fama y la influencia política del rumor, ver los artículos de C. Gauvard, «Rumeur et stéréotypes à la fin du Moyen Âge», *La circulation des nouvelles au Moyen Âge*, París, 1994, 157-177; «La Fama, une parole fondatrice», *Médiévales. La Renommée*, 24 (1993), 5-14.

⁴⁹ Juan Barba, *Consolatoria de Castilla*, ed. Pedro Cátedra, «La historiografía en verso en la época de los Reyes Católicos. Juan Barba y su *Consolatoria de Castilla*», Salamanca, 1989, estrofas CXLIV, CCCII, CCCLXXX. Gómez Manrique, *Cancionero*, ed. A. Paz y Meliá, Madrid, 1885, II, p. 122. Fernando del Pulgar, *Crónica...*, ed. cit., p. 203.

⁵⁰ Juan Barba, *Consolatoria...*, ed. cit., estrofa CCCXCIII.

⁵¹ Diego de Valera, *Memorial...*, ed. cit., p. 131. Juan del Encina, *Triunfo de la Fama*, «Obras Completas», ed. A. M. Rambaldo, Madrid, 1978, t. II, p. 49. En esta obra aparece la personificación de la diosa Fama, al igual que hace Mena en su *Laberinto de Fortuna*. El carácter «volador» de la fama que refleja su capacidad de difundirse con suma rapidez por todas partes, se expresa, iconográficamente, en las representaciones de la diosa Fama en actitud de volar con sus enormes alas desplegadas y los bordes de la túnica levantados por el viento. Ver, Raynaud, C., «En quête de renommée», *Médiévales*, 24 (1993), pp. 57-66.

⁵² *Crónica incompleta...*, ed. cit., pp. 62 y 70.

se hazían *sonando* por todo el reino»⁵³. Se pretende que su órbita se extienda a todas partes, «por toda España y reinos», «por nuestro mundo», «por el mundo en los cristianos», «por emperadores y reyes del mundo», por «Alemaña» o «Ynglaterra», entre «los emperadores y reyes cristianos del universo»⁵⁴. La fama una vez difundida, debe ser, ante todo, recordada, y de esto se encargarán los cronistas, como dice Gómez Manrique en el prólogo de su *Regimiento de príncipes*, refiriéndose a los Reyes Católicos: «y dexeis tan memorables famas, que se pueda decir como Omero dixo por Archiles, que fuestes nascidos por trabajo de los coronistas» [T. II, p. 169]. Además de los cronistas, los poetas también se encargarán de recuperar la fama. El tiempo es el mayor enemigo de la fama. Si no se cuida este punto, si no se lucha contra el tiempo, fama olvidada será fama inexistente; dice Juan de Mena en el *Laberinto de Fortuna*:

«Las grandes façañas de nuestros señores,
la mucha constançia de quien los más ama,
yaze en teniebras, dormida su fama,
dañada d'olvido por falta de auctores» [p. 79].

Diego de Valera escribe en el *Memorial de diversas hazañas* que su propósito es escribir una crónica para que los hechos dignos de fama no caigan en olvido, «siquiera porque los hazedores de aquellas y los descendientes suyos sean acatados con la reverencia y honor que les perteneçe» [p. 4]. De este modo, la fama (o su materialización, el honor), termina quedando en manos de los cronistas y otros escritores⁵⁵. En definitiva, queda a merced de lo que los escritores quieran o puedan recordar, con lo cual llegan a convertirse en *creadores de fama*. Pérez de Guzmán dice que la fama «se conserva e guarda en las letras», advirtiendo de la gravedad de su fal-

⁵³ *Ibidem*, p. 140. En la iconografía puede verse la representación de la diosa Fama portadora de una trompa u otro instrumento de viento similar, ver Raynaud, C., *art. cit.*, p. 64. La voz de la diosa aparece, por ejemplo, en los versos de Juan de Mena: «Levante la Fama su voz inefable./ por que los fechos que son al presente/ vayan de gente sabidos en gente» (Juan de Mena, *Laberinto de Fortuna*, ed. Louise Vasvari, Madrid, 1982, p. 78).

⁵⁴ Juan Barba, *Consolatoria...*, ed. cit., estrofas CXLIV, CCXCVIII, CCCII, CCCLXXX Y CCCXCIII.

⁵⁵ Rosa Lida distingue entre la concepción de la fama que tiene el caballero, como premio a los méritos personales, y la de los hombres de letras, que conciben la fama como producto de la creación literaria. En este sentido le llama la atención que el propio Álvaro de Luna, en su obra *Libro de las claras y virtuosas mugeres* mantenga la concepción de los hombres de letras; ver, *La idea de la Fama en la Edad Media*, México, 1952, p. 252. Precisamente, el hecho de que un miembro de la nobleza y gobernante como el condestable piense que la fama reside en los escritos revela lo artificioso de tal distinción. De nada sirven los hechos (socialmente, políticamente) si no se fijan por escrito y es por esto por lo que crece entre los nobles la preocupación por promocionar sus personas y linajes mediante testimonios escritos, crónicas particulares, romances, etc. Crece, de este modo, la propaganda nobiliaria.

sificación⁵⁶. Por su parte, Diego Enríquez del Castillo, en la *Crónica de Enrique IV*, afirma:

«E pues que a los historiadores señaladamente se otorga, e a ellos solos [*es interesante esta puntualización*], como *jueces de la fama* e pregoneros de la honra es dado de la gran prosperidad recontar enteramente, e de las adversidades hacer larga relación» [p. 100].

Esta constante preocupación indica que la fama termina basando su autoridad en un contenido de algún modo fundado en la verdad. La fama tiene que ser verdadera, puesto que, ya desde Aristóteles, fama es el premio de la virtud. Para Juan Barba, en la *Consolatoria de Castilla*, la fama de Isabel y Fernando divulga la «verdad» de sus obras⁵⁷. Aunque, hay que señalar que, a veces, los hechos no se corresponden, exactamente, con la fama que de ellos se divulga: pueden ser superiores («mayor era su esfuerço en la obra que en la voz de su fama»)⁵⁸, o pueden ser distintos de la verdad, pueden ser hechos *fingidos*, inventados:

«Creo yo que assí lo verdadero como lo fingido que por ellos fuera recontado en la fama de tan gran príncipe, con justa causa sobre tan ancho y verdadero cimiento, pudiera en las nubes tocar...»⁵⁹

Pueden ser, también, hechos amañados, realizados posteriormente a la fama que de ellos previamente se ha divulgado. La fama, entonces, simula a la verdad, es su apariencia:

«Porque venir él [se refiere al rey de Portugal Alfonso V durante la lucha por el trono castellano] allí con ánimo de vos injuriar, e procurar tregua de quince días para poder alzar su real en salvo ¿qué otra cosa sería, sino haber *complido su propósito e hacer verdadera la fama que divulgó?*.. Claro parece haber venido sólo por adquirir gloria de *la fama que han divulgado.*»⁶⁰

⁵⁶ Fernán Pérez de Guzmán, *Generaciones...*, ed. cit., p. 5. Son frecuentes las quejas sobre la alteración, ocultación o perversión de la fama, a causa de la ineptitud o escasez de cronistas. Aparte de Mena o de Pérez de Guzmán, véase el prólogo al *Amadís de Gaula*, de Garci Rodríguez de Montalvo.

⁵⁷ «Divulgue la fama, *verdad* y razón/ por toda España y reinos...» [estrofa CXLIV]; «divulgue la fama *verdad* conocida/ por emperadores y reyes del mundo» [estrofa CCCII].

⁵⁸ *Crónica incompleta...*, ed. cit., p. 106.

⁵⁹ Garci Rodríguez de Montalvo, *Amadís de Gaula*, ed. Victoria Cirlot y José Enrique Ruiz Doménech, Madrid, 1991, p. 3. Para Rodríguez de Montalvo, la fama de Isabel y Fernando posee un cimiento verdadero que son sus victorias en Granada; a partir de ahí los cronistas están obligados a ensalzar y acrecentar esa fama imitando la retórica antigua para conseguir el *mayor grado de fama*. Esta recreación y adorno proporcionado por la retórica da cabida a una forma de fingimiento (en definitiva, de disimulo) que se considera legítimo. *Vid.* el prólogo al *Amadís de Gaula*.

⁶⁰ Fernando del Pulgar, *Crónica...*; en este caso sigo la edición de Cayetano Rosell en BAE, LXX, Madrid, 1953, p. 292.

Que la fama equivale a apariencia lo saben los políticos como el Cardenal Mendoza, que es a quien atribuye Pulgar estas palabras. Sin embargo, la importancia de preservar la fama y defenderse de la infamia no la niega nadie. Y es que de la fama o de la infamia se derivan unas consecuencias, que en el caso de los reyes o gobernantes, tienen carácter político. Con la fama se «ganan las voluntades». Con la fama se obtiene el amor o el odio del pueblo. Dice del rey de Castilla el cronista autor de la *Crónica incompleta*: «Tanta fama de riqueza y grandeza deste príncipe se tendía por el universo que sin se hazer temer, era temido [p. 51]», y, en la crónica de Pulgar: «no dañéys vuestra conçiencia e a vuestra fama, para vos traer en la yndignaçion de Dios e odio del pueblo» [T. I, p. 112]. La idea se repite también en la poesía:

«[Es imposible] que yo pueda
de rey que tal fama queda
partirme de le querer.»⁶¹

Se gana, pues, la obediencia o la reverencia de los súbditos. Y de nuevo, en el punto de mira de la fama (como de la propaganda) se encuentra la mirada de los otros, la opinión pública. La necesidad de influir en la opinión mediante la fama hace que, a veces, sea necesario hacerse preceder de la fama para conseguir apoyo de la población, tal y como se atribuye al rey Alfonso de Portugal al entrar como rey de Castilla. El cronista autor de la *Crónica incompleta* le acusa de aprovecharse de su fama con objeto de hacerse pasar por *el encubierto*, rey mesiánico esperado por las gentes:

«En él eran tantas cosas y graçias para rey, que, con las dichas de su fama, los a él aficionados, avian de le publicar por el encubierto... ¡O rey que quando en estos reynos entraste, opinion era de muchos segund tu poder y fama, que eras el encubierto!» [p. 181 y p. 304].

Según todos estos usos que estamos viendo, ¿cómo relacionar el término fama con la propaganda? La fama es difusora de propaganda o, si se quiere, se convierte ella misma en sinónimo de propaganda, puesto que comparte con ella diversas características:

1. Porque la primera característica de la fama es su *amplia capacidad divulgadora* y comunicadora, así como la pretensión de perpetuarse en el recuerdo.
2. Porque *difunde un modelo ideal de la realeza* (o de todo gobernante o miembro de un grupo de poder) y de las acciones del rey (acciones prestigiosas o desprestigiadas, ya sea la fama o la infamia, lo que se divulgue).

⁶¹ Juan del Encina, *Églogas o Bucólicas*, «Obras Completas», ed. cit. t. I, p. 243.

3. Porque *posibilita una manipulación de la verdad*, bien difundiendo un mensaje que no se corresponda del todo con la realidad⁶², bien seleccionando socialmente aquellos hechos que los cronistas deseen que queden como fama —como pueden ser los hechos de armas de la alta nobleza—, ocultando los de otros individuos menos importantes desde el punto de vista jerárquico.
4. Porque *va dirigida, en gran medida, a la «opinión popular» u opinión pública*.
5. Porque se espera con la fama conseguir de esa opinión pública una respuesta favorable o una modificación de su conducta *inclinada a la obediencia, acatamiento o a la adhesión al poder* (cuyos símbolos, como hemos visto en los textos, son el «temor» y «amor» al rey, en el caso de la propaganda regia).

Así pues, cobra un sentido político la recomendación dada al gobernante —al rey— de que cuide y preserve su fama:

«Si a toda persona de su fama conviene curar, mucho más a los príncipes es necesario, porque los vicios o virtudes en las personas privadas muy atarde se conocen, mas en los príncipes, *los ojos de todos miran* e sus vicios o virtudes por todos ligeramente se conocen.»⁶³

Fijándonos en la capacidad divulgadora de la fama, encontramos otro término que puede remitir a la propaganda y es, precisamente, *publicar* o su sinónimo parcial, *divulgar*.

3. *Publicar-divulgar*

Divulgar y *publicar* aparecen en los textos como sinónimos, aunque *divulgar*, se utiliza con más frecuencia para expresar la difusión de la fama. Lo que se divulga, básicamente, es la fama.

En el *Vocabulario en Romance y en Latín* de Nebrija, según la edición de 1581 (*Gili Gaya*), aparece *divulgar* como «divulgar por fama y gloria», y en *COV* se hace equivaler a *publicar* cualquier tipo de información: «sacar a público, divulgare, dar noticia de alguna cosa al vulgo, como el que la dize en la plaça o en muchas partes». Siguiendo la etimología, *divulgar* significa dar a conocer algo al *vulgo*, es decir, no a un individuo, sino a una colectividad.

⁶² Decía don Juan Manuel que «en las cosas que tañen a la fama, que tanto aprovecha o enpeçe lo que las gentes tienen e dizen commo lo que es verdad en sí», *Conde Lucanor*, Exemplo XLVI, cit. por Lida, R., *La idea de la fama...*, op. cit., p. 213.

⁶³ Diego Valera, *Doctrinal de príncipes*, ed. de M. Penna, Madrid, 1959, p. 186, y también *Espejo de verdadera nobleza*, *ibidem*, p. 94.

Divulgar la fama, como hemos visto lo usan Juan Barba, Gómez Manrique o Pulgar. *Publicar* como sinónimo de *divulgar fama*, entendiendo *fama* como «opinión, estimación» y no como información neutra y objetiva que se hace pública, lo emplean, por ejemplo, Barba⁶⁴, el cronista anónimo de los Reyes Católicos, que habla de la «pública y notoria disfamia de la reina»⁶⁵, o Diego de Valera, cuando dice que los embajadores «publican la fama de la liberalidad e gracia e afabilidad de los príncipes»⁶⁶.

Aut. recoge *público*, como adjetivo: «notorio, patente y que lo saben todos», y añade la expresión *pública voz y fama*, «phrase con que se da a entender que alguna cosa se tiene corrientemente por cierta y verdadera por asegurarlo casi todos». *Publicar* es «hacer notoria y patente por voz de pregonero y otros medios alguna cosa que se desea venga a noticia de todos». Igualmente, en *COV*: «Manifiestar en público alguna cosa. *Público*, lo que todos saben y es notorio, *pública voz y fama*».

Entre *publicar* y *público* parece no haber una correspondencia exacta de significado. La acción verbal significa «hacer público», sin más, y no se añade ningún matiz de significado a la información que se publica, es decir, que puede ver verdadera o falsa. Mientras que como adjetivo, *público*, se considera, no simplemente «conocido», como información que ha sido publicada por un emisor y de la que el receptor se da por enterado, sino que se ha añadido el matiz de «verdadero», como si la colectividad que recibe esa información tuviera capacidad de legitimar su correspondencia de veracidad con la realidad. Así por ejemplo, el cronista de la *Crónica incompleta* emplea el verbo con informaciones que considera verdaderas, como cuando dice que la riqueza de la feria de Medina «por todo el mundo se *publicaba*» [p. 52], o bien con informaciones que él o los receptores (según él), consideran falsas, no creíbles:

«Aunque el rey tornase a *publicar* que la hija de la reyna tenía él por suya, y esto movido por la honestad y verguença de su persona, por todos los reynos de christianos y otras naçiones era *creído* el contrario» [p. 73].

Sin embargo, cuando emplea el adjetivo *público* siempre considera que los receptores toman esa información por verdadera: «su impotencia era tan *pública*» [p. 55], o, el asunto de los hijos adulterinos de la reina era «*muy público*» [p. 62]. Este carácter verdadero suele quedar reforzado en la expresión tan utilizada de *público* y *notorio*.

En la crónica de Pulgar aparece más claramente el verbo *publicar* aplicado a la difusión de una información no verdadera. Pulgar lo utiliza para desprestigiar, por boca de sus personajes, un argumento que ha sido difundi-

⁶⁴ Juan Barba, *Consolatoria*, estrofa CCCLXXX.

⁶⁵ *Crónica incompleta...*, ed. cit., pp. 62 y 70.

⁶⁶ Diego de Valera, *Doctrinal de príncipes...*, ed. cit., p. 187.

do, según él, con la finalidad de ocultar las verdaderas intenciones del que lo publicó, contrarias en realidad a aquello que fue manifestado en público. Lo manifestado suele hacer referencia a razones relativas al bien público, amor o lealtad al rey u otras opuestas a lo que son intereses particulares. Esta oposición, *interés general/interés particular*, se expresa de manera explícita. Los ejemplos son suficientemente significativos:

«No quisieron ser en aquella devisión, por que dezían que aquellos cavalleros lo hazían por *sus propios intereses particulares* e no por la buena *governación general que publicavan*... Pues vemos que para probeer a la mala gobernación del rey don Enrique que *publican*, quieren hazer buena la del príncipe don Alonso, siendo de onze años, manifiesto parece, no siendo aquella edad capaz para gobernar, que no lo hazen por el *bien general que publican*, mas por *su interese particular* que desean, quieren apropiar a sí esta gobernación» [T. I, pp. 7-8].

«Los quales poco tiempo antes habían afirmado por toda España, e *publicado* fuera della, que la señora su sobrina no tenía derecho a los reinos del Rey Don Enrique, por la impotencia experimentada que dél *publicaron*, e que debía bien mirar como entonces habían fallado no ser heredera de Castilla, e agora dicen que es legítima subcesora, porque destas variedades e mudanzas en tan poco tiempo fechas, se podía sospechar que estos caballeros de Castilla no se movían por *su servicio*, ni menos *con zelo de la justicia que publicaban*, sino a fin de *procurar sus intereses* de acá e allá, e dar el derecho do fallasen mayor utilidad.»⁶⁷.

«Que aquellos cavalleros que le llamavan para execución desta justiciã que decía tener su sobrina, *movidos más por sus propios intereses* lo hazían que por este *derecho que publicavan*» [T. I, p. 97].

«E que sólo vos *por vuestra actoridad* podéis quitar aquello que muchas vezes *publicastes* aver dado *Dios por la suya*... [T. I., p. 108]. Paresçería que el *amor* que mostrávedes *al servicio* destes nuestros señores, e el *derecho que publicávedes* tener la Reyna a estos reynos, quando le demandávedes al Rey estos ofiçios no era por respeto de virtud e verdad, mas por su fin de *ynterese*» [T. I, p. 111].

Publicar aparece, pues, en contextos políticos en los que se aducen razones, en general relacionadas con el bien público o general, que sirven para justificar o encubrir intereses particulares. Un último testimonio lo encontramos en las *Generaciones y Semblanzas* de Fernán Pérez de Guzmán:

«Algunos en su favor propio *predican e publican*, diziendo que sigúan la opinión del condestable e la voluntad del rey por solo *zelo de lealtad e amor*. Non digo nin plega a Dios que yo lo diga en injuria de tantos nobles y gran-

⁶⁷ Fernando del Pulgar, *Crónica*... Sigo esta vez la ed. de C. Rosell, por ser más concisa, p. 260. En parecidos términos, ed. Juan de Mata Carriazo, pp. 87-88.

des onbres que ellos non oviesen leal e buen respeto al rey, pero digo que esta lealtad yva buelta e mezclada con *grandes intereses*.»⁶⁸

Los cronistas denuncian también la difusión o «publicación» de mensajes que constituyen ataques contra la honra, mensajes infamantes que tienen por objeto desprestigiar al enemigo. Dice Pulgar:

«Pero tanto e por tantas partes *los publicáys* por yngratos, que será forçado dar rrazón desta yngratitud que les ynputáys» [T. I, p. 106].

«E otras cosas feas. E que no sólo las avían dicho, mas aún las escrivieron por sus letras al papa y las publicaron por toda la Christiandad; cuyos traslados estaban oy en todas las çibdades y villas destos reynos... ¿qué otra cosa se podía entender sino otorgar las ynabilidades y fealdades que aquellos perlados y cavalleros dél avían *publicado*?» [T. I, p. 11].

Un testimonio interesante es el que recogemos de la glosa de Fernando del Pulgar a las *Coplas de Mingo Revulgo*. En la glosa a la copla XX, Pulgar critica a los malos consejeros y servidores reales que «turban los reynos e los ponen en guerras e estados *publicando* los defetos del prinçipe afeando su persona a fin de se acreçentar en reyno turbado». Detrás de la publicación de los defectos del rey se encontrarían, de nuevo, los rumores agitadores que incitan a las revueltas y levantamientos. Pulgar recomienda a los buenos servidores reales que oculten los defectos de su rey: «los quales como conoçiesen el defeto de su rey le posieron en tal guarda que ninguno de su señorío lo sintiese»⁶⁹. Contra una propaganda de agitación se aconseja el uso de otra propaganda, basada en la ocultación y en la simulación.

En conclusión, los términos *divulgar* y, más frecuentemente, *publicar* (sin olvidar otros sinónimos, como «predicar» o «pregonar»), aparecen en los textos identificando situaciones que hoy calificaríamos de propagandísticas. Sucede cuando se detecta una intención clara de hacer llegar un mensaje al mayor número de personas, bien en el interior del reino, bien en otros reinos extranjeros. El mensaje no suele tratarse de una información neutra, sino que lo que se difunde es un modelo moral marcado desde un punto de vista valorativo (fama-infamia), o una información poco veraz, o argumentos justificativos de acciones políticas determinadas. Aún podemos seguir profundizando en este último punto, añadiendo un término que remite, concretamente, a la manipulación engañosa de actitudes y argumentos con objeto de encubrir unas oscuras intenciones, contrarias a las que aparentemente se expresan en los discursos. Se trata del término *colorar*.

⁶⁸ Fernán Pérez de Guzmán, *Generaciones...*, ed. cit., p. 143.

⁶⁹ *Las coplas de Mingo Revulgo*, ed. est. preliminar y notas de V. Brodey, Madison, 1986, pp. 203-204.

4. *Colorar*

Siguiendo su etimología, «colorado», significa «adornado, compuesto» (*DECH*). A partir de este significado básico, se construye la acepción, *colorar*, «hacer o pretender que algo presente un aspecto diferente del que debe tener; hacer que, contra lo que es, aparezca bueno, justo, indiferente o menos grave» (*CUERVO*) y así, como uso metafórico, lo recogía en el siglo XVIII, *Aut.*: «Metaphóricamente vale pretextar, encubrir, paliar con motivos y razones aparentes alguna cosa, de suerte que tenga algunos visos de verdad o probabilidad» y cita un ejemplo extraído de la *Celestina*: «No he hallado disculpa que buena fuesse ni conveniente con que lo dicho se cubriese ni *colorasse*». En un lenguaje cotidiano equivale, pues, a pretexto, excusa. Cita *Aut.* otro ejemplo, esta vez aplicado al terreno político en el ámbito legislativo, cuando se intenta promover una ley injusta o partidista, haciendo ver que se trata de lo contrario: «Y esta ley no se podría convencer notoriamente injusta porque se podría *colorear* con fines públicos».

Similares significados se recogen en *COV*, relacionando el término con la hipocresía: «significa alguna vez razón o causa, que en latín vale *species*, exemplo: *so color* de santidad engañan los hipócritas». Aparece, en vez del verbo, la expresión *so color* y, como adjetivo, *título colorado*: «el que parece fundarse en alguna apariencia de razón y justicia». El engaño, la apariencia, penetra el campo léxico de la simulación. En el *Vocabulario español e italiano* de Franciosini, publicado en Roma, en 1620, la expresión *so color* se define como «sotto spezie, con finta, sotto capa, color, excusa» (*Gili Gaya*). Finalmente, el *Vocabulario en Romance y Latín* de Nebrija, en su edición de 1545, traduce *so color* como «praetextum-i» (*Gili Gaya*).

En textos de la Baja Edad Media aparece con cierta frecuencia el verbo *colorar*, el sustantivo *color*, el calificativo *colorado/-a* y la expresión *so color*, todas estas formas aplicadas a ciertas coyunturas políticas y relacionadas con argumentos, razones justificativas⁷⁰ o simples mentiras y fingimientos: en definitiva, estrategias propagandísticas. Veamos algunos testimonios referidos a diferentes contextos políticos.

Como calificativo, *Colorado/-a* aparece en las *Generaciones y semblanzas* de Pérez de Guzmán:

«E ansi concluyo, que quanto a la verdad, aunque los unos toviesen mas *colorada e fermosa razón* que los otros, pero la principal entención toda era

⁷⁰ Hemos de añadir los textos de Sánchez de Arévalo y de Enríquez del Castillo, recogidos más arriba al hablar de la «consciencia propagandística», en los que subrayábamos la expresión *so color* o el verbo *colorar* aplicado a situaciones similares a las que vamos a citar. En el texto de Enríquez del Castillo se hablaba de *colorar razones* y *desdorar la fama del rey*. Si *colorar* remite al adorno de los argumentos en un sentido positivo, es decir, apoyar con buenas razones algo que no es bueno o aceptable, *desdorar* opera en un sentido negativo, desprestigiando, presentando como malo algo que puede no serlo. La infamia se convierte así en un medio de propaganda.

ganar, en manera que se podría dizir que, quanto a la pura verdad, en este pleito ninguna de las partes tenía derecho, nin actores nin reos, salvo que los unos tenían más claro nombre e más *colorada* e legitima o legitimada *razón*, e los otros, por el contrario» [p. 144].

Razón colorada se opone a razón verdadera. Se trata de una intencionada apariencia de verdad. Pulgar, en una carta a su hija, narra una fábula en la que se recrea la corte real. Ante el rey se presentan muchos que vienen: «dellos con *mentiras coloradas*, dellos con malicias que tienen *imagen de bondad*»⁷¹.

El autor de la *Crónica incompleta de los Reyes Católicos* al relatar cómo el arzobispo de Toledo había decidido cambiar el bando de Isabel y Fernando por el del marqués de Villena, dice:

«Penso el arzobispo de buscar *causas coloradas* cómo de la corte se fuese... y aunque mayores mercedes de las que él pedía el rey y reyna le diesen, avía de buscar achaques y *colores* cómo de la corte se fuese» [p. 155].

El sustantivo *color* equivale, como hemos dicho, a «excusa», «motivo» o «pretexto» que se alude para apoyar cierta pretensión política. Diego de Valera cuenta en la *Crónica de España* cómo el rey Wamba dijo al traidor Paulo:

«Coniuro te mala bestia por aquel dios que te fizo que digas aqui ante todos si yo te fize algún daño o mengua por que ovieses *color* de fazer contra mi tanta enemiga como feziste.»⁷²

En la *Crónica de Aragón*, escrita por Gauberto Fabricio de Vagad, se alude al cisma de la Iglesia y a los partidos que lo sustentaban, todos ellos tenían «razón y razones, a lo menos *color* de razón para defender su partido»⁷³. Este cronista toma como *colores* o pretextos las acusaciones de herejía que sirvieron para atacar, igualmente, a las hermanas de Pedro II: «Con esta *color* destruyan también los bienes delas señoras infantas que eran cristianissimas» [fol. 97v]. En la misma crónica se utiliza *color* para describir la actitud política que consiste en cambiar de partido según la conveniencia y los intereses que se planteen en cada momento:

⁷¹ Fernando del Pulgar, *Letras*, ed. Domínguez Bordona, Madrid, 1958, Letra XXIII, p. 101.

⁷² Diego de Valera, *Crónica de España*, Sevilla, Alfonso del Puerto para Michael Da-chauer y García del Castillo, 1481, fol. 49v.

⁷³ Sigo la edición sevillana de esta obra: Gauverto Fabricio de Vagad, *Crónica de Aragón*, Sevilla, Estanislao Polono para García de la Torre y Alfonso Lorenzo, 24-4-1500, fol. 187v.

«... en Ytalia, donde no tienen por feo de passar de un enemigo en otro, quando el pago del sueldo fallece o sale alguna *color* delo poder con alguna causa fazer» [fol. 190v].

Como verbo, *colorar*, encontramos un testimonio que alude al hecho que ejemplificaría en aquella época el paradigma de la traición encubierta y disimulada, la traición de Judas: «Judas que presente estava, sintiendo que por él se dezía por *colorar* su trayción, dixo, maestro so yo»⁷⁴.

Diego de Valera emplea *colorar* al contar, en la *Crónica de los Reyes Católicos*, el episodio de la derrota de los portugueses en Toro. El arzobispo de Toledo quiere ocultar su mal papel en la batalla y el fracaso de los portugueses: «el qual caso de su ynfortunio aquella noche quiso algo *colorar*» [p. 73]. Acto seguido, el príncipe portugués escribe a Lisboa atribuyéndose la victoria en la batalla.

La expresión *so color* la emplean, por ejemplo, los cronistas que quieren desprestigiar argumentos sostenedores de revueltas, como, por ejemplo, la defensa de privilegios, que, según tales cronistas, no sería sino un pretexto. En la crónica de Pulgar se dice:

«E como los de aquella montaña (Vizcaya) son omes prestos al escándalo, *so color* que sus previllejos e usos e costumbres se quebrantavan, desobedçieron a la justiçia e maltrataron a los ofiçiales e fizieron ynsultos e alborotos contra ellos» [T. II, pp. 252-253].

Con igual sentido aparece en la *Crónica de Aragón* de Gauverto Fabricio de Vagad:

«*So color* de querer defender privilegios y libertades, començaron de mover guerra contra el rey y destruir y echar a perder toda Catalueña» [fol. 110r].

«*So color* de justicia y por defender sus derechos, sus privilegios y libertades havían estropeçado [la sangre de los grandes] en crimen de rebeldía» [fol. 118v; ver también *so color* como sinónimo de engaño, encubrimiento, en fol. 132v].

En el *Memorial de diversas hazañas* de Diego de Valera aparece cuatro veces repetida la expresión *so color* (reproducidas, igualmente, en la *Crónica Castellana*)⁷⁵. La inspiración inmediata es Alfonso de Palencia, tan ami-

⁷⁴ Rodríguez de Almela, Diego, *Valerio de las estorias escolásticas e de España*, ed. y est. de Juan Torres Fontes (reproducción facsimilar de la ed. de Murcia, Lope de la Roca Alemán, 6 de diciembre, 1487), Murcia, 1994, fol. 160v.

⁷⁵ Los testimonios de Valera se repiten en iguales términos en *Crónica anónima de Enrique IV...*, ed. cit., pp. 354, 360, 398, 406, respectivamente.

go de acumular o denunciar situaciones que tengan que ver con la simulación. El comendador de Montalván, Gonzalo de Saavedra,

«*so color* de entender entre estos cavalleros [el marqués de Cádiz y el Duque de Medina Sidonia] se vino a la çibdad de Xerez, e quedó en ella por guardar la fortaleça e çibdad, con algunos de quien el marqués se confiava» [p. 201].

Durante este mismo conflicto, el que enfrentaba al marqués de Cádiz y al duque de Medina Sidonia, el duque se dispone a tomar Jerez y el marqués expulsa a los arrabales a los sospechosos, «e las haziendas dellos mandó meter en la çibdad, *so color* que no reçibiesen daño [p. 205]. En Córdoba, en 1474, tiene lugar una persecución de conversos, Diego de Valera considera que el motivo religioso no es más que un pretexto:

«Y aviendo quien sienpre añadiese discordia entre estas gentes, de tal forma que esta causa se ovo de hazer una conjuración en la çibdad, *so color de devoción*, en que entró la mayor parte della, a la qual llamaron Hermandad de la çibdad. E hizieron en çiertos días proçisiones, mostrando hazerse con grande devoçión» [p. 240].

En otro contexto, el rey Alfonso de Portugal, prepara dinero y armas para su posible utilización en Castilla, bajo el pretexto de una guerra contra los musulmanes:

«E óvose consejo muy secreto que el rey de Portugal ayuntase todo el tesoro que pudiese y aparejase las gentes de su reyno de caballo e armas, e de navíos, e de todas las otras cosas neçesarias para fazer guerra *so color* que se aparejaba para pasar allende, para hazer guerra a los moros» [p. 246].

Valera, recoge también en la *Crónica de los Reyes Católicos* la expresión *so color* para referirse a una operación propagandística: el rey de Portugal explica las razones de su proyecto de entrar en Castilla a los grandes y procuradores del reino reunidos en Arronches. Para Valera (y para Palencia), todas estas nobles razones encubren otros intereses: «E venidos en la villa de Arronches, abiertamente a todos dixo su final intención, encubriendo su malvado propósito *so color* de justíçia e piedad [p. 12].

En términos generales, la simulación de la justicia y de la piedad son dos de las situaciones que más fácilmente se prestan a servir de justificación propagandística denunciada por la expresión *so color*. En un tratado escrito por Alfonso de Jaén, cronista de Juan II de Aragón, dirigido a la reina Isabel en la primera etapa de su reinado, se critica el mal estado de la justicia en general; la práctica de la justicia es sólo aparente:

«Los ministros de la justicia que son los malos gobernadores, malos justicias criminales e civiles e reprovados assessores de aquellos malos regidores jurados síndicos racionales y almotacanes, *so color* de administrar justicia e de regir las universidades, roban las gentes de aquellas.»⁷⁶

En cuanto a la simulación de piedad, Diego Rodríguez de Almela cuenta en la *Compilación de las batallas campales*, cómo el rey de Egipto Tolomeo conquistó Jerusalén empleando la estratagema de la piedad religiosa: «*so color* e ynfinta de sacrificar en el templo, e fazer oración e non gelo contrariando ninguno, apoderose de la cibdad»⁷⁷.

En todos estos textos, vemos que el pretexto justificativo que se esconde tras la expresión *so color*, puede presentarse en forma de argumento proclamado y, además, en forma de acción o de actitud expresamente manifestada. De este modo, *color*, *colorar*, *colorado/-a* o la expresión *so color* definen, según los cronistas o autores que las denuncian, operaciones que, ligadas a determinados conflictos políticos, son perfectamente equiparables con lo que entendemos hoy como estrategias de propaganda política. Según los textos, todos estos términos denunciarían la propaganda, criticando lo que se percibe como artimañas o simulaciones utilizadas por el enemigo o bando adversario.

IV. La crítica de la propaganda política en los cronistas del Renacimiento: Pedro de Gracia Dei

Después de haber perfilado los rasgos que dibujan la consciencia propagandística a fines del xv, desde testimonios que aluden a la simulación o a la mentira o a otros mecanismos similares a la propaganda y desde algunos términos que remiten a ese mismo contexto semántico, traemos aquí un último testimonio que consideramos totalmente gráfico. Se trata de un texto en el que, con una total claridad, el autor plantea la crítica de la escritura de la historia como medio de propaganda al servicio del poder. Nos referimos al prólogo de la *Relación de la vida del rey don Pedro y su descendencia que es el linaje de los Castilla* escrita por Pedro Gracia Dei, oficial de armas de tiempos de los Reyes Católicos y de Carlos V. Gracia Dei escribe esta «relación» para reivindicar la figura del rey Pedro, para lo cual no tiene más remedio que atacar y acusar de mentirosa a la historia oficial que sobre este rey circulaba tal y como fue escrita por el canciller Ayala. Creemos que este testi-

⁷⁶ Alfonso de Jaén, *El espejo del mundo*, Biblioteca de Catalunya, Ms. 273, fol. 7v.

⁷⁷ Diego Rodríguez de Almela, *Compilación de las batallas campales*, Murcia, 1487, ed. facsímil, Valencia, 1963, fol. 22r.

monio es de suma importancia para poner de manifiesto, no sólo el uso consciente de la propaganda, sino la certeza que tuvieron los cronistas sobre la capacidad de la historia para legitimar las dinastías o, en cualquier caso, sobre su potencial como arma política. Hay que decir que existía cierta corriente de opinión que afirmaba la existencia de una crónica «verdadera» del rey Pedro, escrita por el obispo Juan de Castro⁷⁸.

En este prólogo de la *Relación de la vida del rey don Pedro* encontramos todos los términos que hemos analizado, o sus sinónimos, aludiendo al uso de estrategias de propaganda al servicio de una intención primaria: desprestigiar la imagen del rey don Pedro, conformar y difundir una imagen negativa del rey. Esta imagen del rey ha calado, según el cronista, «en la común opinión del mundo» [p. 207], por lo que, al rey, le ha quedado la «opinión de cruel» [p. 209]. Esta opinión es producto de la *infamia*: «en la común opinión del mundo está infamado el rey don Pedro» [p. 207]. El cronista apela al derecho para «no darle crédito a cosa que sea en infamia y perjuicio del rey» [p. 208]. Y repite, de nuevo, que el rey fue «por el mundo falsamente infamado» [p. 208]. La fama o la infamia de los reyes procede del hecho de divulgar, *publicar*, una determinada imagen positiva o negativa. En virtud de ello, los reyes serán «publicados y tenidos» [p. 209] moralmente de una determinada manera. El rey don Pedro, gracias a la crónica que «anda pública» [p. 207], ha sido «tenido por cruel» [p. 209]. La crónica de Ayala, es, para Gracia Dei, un ejercicio de falsedad: es «fingida y mentirosa» [p. 207];

⁷⁸ El rey Fernando ordena en 1510 al prior y frailes de Guadalupe la entrega de la crónica del rey don Pedro que allí se guardaba. El rey estaba interesado en esta crónica «porque diz que es la más verdadera de cómo pasaron las cosas en aquel tiempo» (el original de la cédula está en Simancas, *Libros de Cámara*, lib. 18, fol. 384v; Beltrán de Heredia, V., *Cartulario de la Universidad de Salamanca*, t. II, Salamanca 1970, n.º 350). No se sabe con seguridad si la crónica que se guardaba en Guadalupe era la crónica de Ayala o la de Juan de Castro. El glosador de la obra de Gracia Dei opinaba que era esta última la que custodiaban los monjes: «Esta crónica que escribió este Juan de Castro estaba en el monasterio de Guadalupe; y pasando el rey don Fernando Quinto por Guadalupe, que iba a Sevilla, iba con el rey el doctor Carvajal, que era de su consejo y su cronista; y ganó una cédula firmada de su nombre, cómo la recibía y que volvería la dicha crónica. Los frailes guardaron las dichas cédulas muchos años sin acordarse de ellas, que ya era muerto el doctor Carvajal. Y los frailes acudieron a sus herederos con las cédulas a pedir la dicha crónica y los herederos diéronles una crónica, escrita de mano, que es la que anda impresa [*la de López de Ayala*]; y los frailes, sin mirar más, la tomaron y la tienen hoy día en su librería. De manera que esta historia de Juan de Castro, o el doctor Carvajal la quemó, porque no pareciese, o está en poder de sus herederos» (*vid. Relación de la vida del rey don Pedro y su descendencia que es el linaje de los Castilla, por Pedro de Gracia Dei*, ed. G. de Andrés, «Cuadernos para la investigación de la literatura hispánica», n.º 19, Madrid, 1994, p. 210; citaremos en adelante a partir de esta edición, con el número de página en el texto, entre corchetes). Sobre la historiografía petrística, ver: Conde, J. C., «Una lanza por la existencia de una historiografía petrística sojuzgada: ecos y rastros en la historiografía del cuatrocientos castellano», *Actas del VI Congreso Internacional de la Asociación Hispánica de Literatura Medieval*, ed. J. M. Lucía Megías, Universidad de Alcalá, 1997, 511-542.

lo que se hizo fue « *fingir y **pintar** en ella al rey don Pedro hombre malo, cruel y tirano*» [p. 207]; las crueldades del rey « *la historia se las finge y pone, y de aquí se sacará la falsedad de los otros años*» [p. 208]. Al que mató al rey don Pedro « *le convenía **pintarle** como le **pintó**, el peor, el más cruel, el mayor tirano de cuantos han reinado*» [p. 208], pero el rey « *no era tan olvidado de su salvación ni tan roto de conciencia como Pero López le quiso **pintar***» [p. 208]. Ordenó « *con gran diligencia escribir la historia de este rey don Pedro y que le **pintasen** en ella de cruel y tirano como hoy se ve en su historia*» [p. 210]. El verbo «pintar» introduce el otro término que hemos analizado, **colorar**: la crónica de Juan de Castro « *no pintó allí aquel rey con tan malos **colores** de crueldades y vicios como esta otra que parece*» [p. 207]. En realidad fue el hermano del rey el que se comportó como cruel y tirano al matar a su hermano, la crónica fue escrita « *para **colorar** y remediar este hecho y que no fuese de las gentes tan aborrecido*» [p. 210].

Gracia Dei resume en qué consistirán las estrategias de propaganda empleadas por Ayala en su crónica, medios o estrategias que, usando su vocabulario, se derivan de esta labor sistemática de **fingir** y **colorar**. El resultado se obtuvo:

- 1) « ***encareciendo** y **exagerando** las justicias que hizo*» [p. 208].
- 2) « ***callando** las causas que tuvo para hacerlas*» [p. 208], « *quitadas las causas y razones que tuvo de hacer justicia*» [p. 210].
- 3) « *pasando en **disimulación** y **callando** lo que era tan notorio que entonces no se podía negar*» [p. 210].
- 4) « ***añadiendo** crueldades falsas*» [p. 208], « *mezclando algunas verdades con muchas mentiras*» [p. 210].

En suma, toda una labor de manipulación de la verdad, ocultamiento de información y simulación (« *que no pase en disimulación el agravio que los historiadores hicieron al buen rey don Pedro, que por culpa de ellos el mundo le llama el Cruel*» [p. 208]), descrita casi con la exactitud del sociólogo, puesto que coincide, básicamente, con algunos de los métodos propagandísticos citados por J. Brown o G. Durandin. Queda, por último, referirnos al objetivo político que da sentido al empleo de la propaganda y que Gracia Dei apunta al principio del prólogo, repitiéndolo a lo largo de su discurso: la crónica de López de Ayala fue escrita « *para justificar con las gentes la traición y muerte que le dieron, siendo su rey y señor natural*» [p. 207], « *para justificar, como está dicho, su traición*» [p. 208], « *para remediar este hecho y que no fuese de las gentes tan aborrecido y tuviese alguna disculpa*» [p. 210].

V. Conclusiones

Tras el análisis de todos estos textos procedentes, básicamente, de crónicas del siglo xv y de otras obras literarias de la época hemos conseguido, no sólo documentar unas estrategias de propaganda determinadas, sino, sobre todo, la consciencia, por parte de los autores, del uso *propagandístico* de tales operaciones políticas. Normalmente, la actitud que estos autores han mostrado se corresponde con una actitud crítica respecto a dicho fenómeno. Los términos que utilizan para referirse a lo que hoy entendemos como propaganda, tienen, en la mayoría de los casos, unas connotaciones negativas. Esta circunstancia hace que sea posible determinar el grado de intención polémica que guía la escritura de ciertas crónicas u otros textos. A partir de aquí podemos seguir buscando términos que aludan al uso de la propaganda política a fines de la Edad Media. Si encontramos una elevada proporción de términos relacionados con la denuncia de la propaganda, nos hallaríamos ante un debate, un conflicto, un enfrentamiento que tiene como marco, no el campo de batalla, sino la lucha ideológica y propagandística.