

RESSENYES

SCHULZE SCHNEIDER, Ingrid

La leyenda negra de España: Propaganda en la guerra de Flandes (1566-1584)
Madrid: Editorial Complutense, 2008

Hay temas de los que todo el mundo ha oído hablar alguna vez y que, en profundidad, muy pocos conocemos. La leyenda negra española es uno de ellos. Si se nos pregunta a la mayoría —incluso a quienes nos desenvolvemos en el mundo académico—, la respuesta será probablemente excesivamente general: la mala fama que, interesadamente, algunos países europeos entonces en guerra (declarada o no) con España difundieron acerca del reino y su monarca en el siglo XVI. Es poca, sin embargo, la información que acerca del porqué, de los mecanismos o de las consecuencias de esa leyenda negra podríamos añadir. Resultaría incluso comprometido pedirnos si conocemos algunos textos donde los diferentes aspectos de ese desprestigio, si no campaña de propaganda debidamente orquestada, aparecen explícitamente.

Tal vez una de las razones de ese desconocimiento —más allá de lo superficial— sea lingüístico: si el historiador trabaja con documentos (necesariamente en el caso de épocas lejanas como esa), y éstos se produjeron en las diversas variedades lingüísticas germánicas de entonces, las limitaciones en el conocimiento o la pereza de leer en otros idiomas que

muchas veces solemos exhibir (cuando deberíamos esconder, o avergonzarnos) los académicos españoles podría ser una de las razones. O tal vez que suponemos que se trata de un episodio lo suficientemente tratado por la historiografía como para no volver los ojos de nuevo hacia él.

No, sin embargo, desde el punto de vista de la comunicación y en castellano. Por eso, el libro de la profesora Ingrid Schulze Schneider, de la Universidad Complutense de Madrid, resulta reseñable. A pesar de su brevedad, la profesora Schulze aborda, desde un punto de vista novedoso, tan famoso (pero no necesariamente, como decimos, conocido) tema con el rigor propio que ha demostrado en toda su trayectoria investigadora.

Los dos principales méritos de esta obra son, a mi entender, dos: el primero, como ya he dicho, el enfoque comunicológico —y a la vez, claro está, historiográfico— de este trabajo; la leyenda negra es el fruto de una campaña sistemática de propaganda que, por lo tanto, merece la pena ser estudiada con los métodos que empleamos para explicar la historia de la propaganda, y en esto el departamento de Historia de la Comunicación al que pertenece Ingrid

Schulze es pionero en España. Y el segundo mérito es que, como no podía ser menos, procura recurrir a las fuentes primarias, a los documentos donde, en la época tratada, comienza a forjarse dicha leyenda negra. Ésta pasa de tener el contorno difuso que le atribuimos los legos en la cuestión, y a adoptar líneas bien definidas y, por tanto, interpretables. El conocimiento de lenguas de la profesora Schulze y el saber mirar más allá de las fronteras de nuestra Península, le permiten salir airosa del empeño.

Añadiría un tercer mérito más, y no es baladí: se trata de un libro, si se quiere breve —mejor dicho: conciso—, que explica, sin extenderse en retóricas inútiles, el estado de la cuestión, las fuentes consultadas, la interpretación practicada y, si no unas conclusiones —que serían, probablemente, deseables—, sí al menos unas reflexiones finales, excesivamente breves en mi opinión. Esto lo hace la profesora en dos grandes capítulos. El primero, que se basa sobre todo en la consulta de bibliografía internacional rele-

vante sobre el tema, explica la rebelión en los Países Bajos y la lucha entre la casa de Orange y la monarquía hispánica de Felipe II, así como el régimen del duque de Alba. El segundo capítulo, la investigación propiamente dicha, trata de la propaganda rebelde: panfletos, apologías, hojas históricas, grabados, etc. También se ocupa de la contrapropaganda, que presentaba a Felipe II como defensor de la fe católica. La propia imagen española de la Guerra de los Treinta Años se explica al final de este capítulo.

El libro, muy legible e incluso manejable, se completa con la reproducción de algunas de las hojas y de los grabados analizados, material necesario para comprender cómo, a través de la información visual, se desarrolló una guerra menos física pero igualmente cruenta a través de la opinión pública. Ayuda igualmente la publicación de una cronología final y una referencia —muy importante— a las fuentes utilizadas.

Javier Díaz Noci

CASERO RIPOLLÉS, Andreu

La construcción mediática de las crisis políticas

Madrid: Fragua, 2008

La comunicación de crisis es un fenómeno demasiadas veces considerado como de segundo nivel, pero que es cada vez más valorado en las organizaciones y, sobre todo, en las de carácter político. Las crisis en el ámbito político tienen mucho que ver con el impacto o no en los medios de comunicación y, por tanto, en la sociedad a través de éstos, que ejercen de mediadores y de constructores de una supuesta realidad. Política y ciudadanía han de ir de la mano, aunque pueda parecerlo en ocasiones que son dos mundos a parte.

Es en esta área en la que se ha centrado Andreu Casero con su libro *La cons-*

trucción mediática de las crisis políticas, una monografía más que interesante, tanto para los comunicadores como también para los propios políticos, que, en muchas ocasiones, aunque parezca mentira, tienen un desconocimiento notable de los procesos y de las rutinas productivas de los medios de comunicación que les llevan a cometer errores que se pueden convertir en insalvables.

En este libro, Casero no se dedica únicamente al análisis del caso o al estudio desde la perspectiva teórica, sino que desarrolla una síntesis de la materia que convertirá el manual, desde nuestro punto de vista, en un referente en esta temática.