

*La leyenda negra de España. Propaganda en la guerra de Flandes (1556-1584)*

Ingrid Schulze Schneider

Editorial Complutense (Col. Imagen, Comunicación y Poder)

Madrid, 2008. 179 págs.

Ingrid Schulze, catedrática de Historia de la Comunicación Social en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, relata sucintamente en la primera página de *La leyenda negra de España. Propaganda en la guerra de Flandes (1556-1584)* que hace más de diez años se hallaron varias reproducciones de grabados del siglo XVI, de gran calidad artística. En ellos se mostraban cruentas atrocidades cometidas por las tropas españolas del duque de Alba en 1565 durante su campaña de represión de los levantamientos contra el gobierno de Felipe II. Este hallazgo despertó su curiosidad y encauzó su investigación en el estudio de la propaganda elaborada por los rebeldes neerlandeses entre 1565 y 1584 para defender su causa.

Cien años antes la imprenta revolucionó Europa y se inició la era de la comunicación. El apasionante siglo XVI fue un tiempo decisivo en nuestra historia europea precisamente por el desarrollo de las técnicas de impresión y la proliferación de grandes talleres de imprenta. La reforma protestante fue posible por la rápida difusión de las ideas que se oponían a las ambiciones de dominio de la Iglesia Católica. En este contexto actúa Guillermo de Orange-Nassau (1533-1584), hijo de nobles alemanes luteranos, que se convirtió en el adalid de la rebelión contra la corona española.

Así se inició la llamada Guerra de los Ochenta Años de los Países Bajos. Esta guerra se insertó en «una compleja situación política europea, en la que la propaganda holandesa consiguió extender la mala fama de los gobiernos españoles más allá de sus fronteras. Los conflictos religiosos de la época jugaron un papel importante en su desarrollo, pero, tal como aconteció en la Reforma protestante en Alemania, sirvieron también en Holanda con frecuencia como pretexto para alcanzar fines políticos» (p.IX).

Esta propaganda holandesa fue eficaz y Felipe II no pudo contrarrestarla para defender su autoridad y la fidelidad a la Iglesia de Roma. «No consiguió enfrentarse eficazmente a la circulación de las nuevas ideas políticas y religiosas iniciadas por la reforma protestante en el norte europeo, difundidas por una producción literaria y planfeteria de enormes dimensiones, y apoyada en una creciente leyenda negra antiespañola que iba arraigando en otros países europeos» (Ibíd.)

La obra de Ingrid Schulze no puede prescindir del relato crítico-histórico pero su ambición —cumplida— es el análisis de este fenómeno propagandístico que cambió profundamente la historia europea. Con el fin de organizar su obligado viaje de las causas a los efectos, Schulze plantea las siguientes preguntas en la introducción: ¿qué medios y métodos de propaganda utilizaron el propio Guillermo y sus seguidores para predisponer a la opinión pública internacional a su favor? ¿cuáles fueron los argumentos más utilizados, y cuáles, sus canales de difusión? ¿qué impacto tuvo dicha propaganda en la expansión internacional del sentimiento antiespañol? ¿cómo se reflejó ese impacto en los acontecimientos europeos de la época?

Estas interesantes cuestiones dirigen el método de su original investigación. Ingrid Schulze advierte con razón que la historia del periodismo y la historia de la comunicación social se han nutrido siempre de las mismas fuentes que la historia general y han necesitado una similar evolución metodológica. Pero la profesora argumenta una idea que es sumamente importante: «El análisis de los periódicos, y el de otros medios de comunicación, ha sido con frecuencia un instrumento auxiliar para las investigaciones históricas. Sin embargo, en las últimas décadas, la conexión entre estas disciplinas ha adquirido un nuevo perfil, gracias a la consideración actual del periodismo como un fenómeno cultural. Una vez abandonado el camino demasiado estrecho de la Historia cuantitativa como vía única, metodología que primaba en los años setenta del siglo pasado, se emprendieron estudios que buscaron las huellas de lo «vividó», poniendo mayor énfasis en el análisis de los contextos culturales, como base para la interpretación histórica. Su sistema comunicativo, precisamente, aporta una valiosa información, no solamente acerca de la estructura del poder, sino de todos los valores vigentes en una comunidad, siempre y cuando la decodificación se haga correctamente».

Y aquí reside el interés y el mérito de este reciente libro de la profesora Schulze. Max Weber reflexionó sobre la cuestión de los valores: determinan el objeto y los límites de la investigación histórica. Y las interpretaciones con los mismos documentos y los mismos datos y hechos pueden ser diversas. Para huir del caos o de la incoherencia, Weber creyó que entre las diversas posibles interpretaciones de un fenómeno histórico se establece de forma espontánea una jerarquía de sentidos que no se yuxtaponen. Ingrid Schulze, centrando su investigación en la propaganda contra España orquestada por Guillermo de Orange y sus seguidores, ha podido demostrar que los intereses económicos y las conexiones mercantiles tanto en Flandes como en Madrid fueron el motor real de la guerra. Que fue el mercado de los productos culturales y el ya iniciado mercado de la información (referente al conflicto hispano-neerlandés) una causa todavía poco atendida en el triunfo de la bien construida propaganda que supo crear la leyenda negra antiespañola, leyenda que aún perdura. Y un hecho histórico no considerado en su justa dimensión cuando aún los historiadores de la comunicación siguen situando el inicio del periodismo impreso en el siglo XVII.

Esta investigación de Ingrid Schulze ofrece al lector un contexto necesario en su primer capítulo (La rebelión en los Países Bajos) y el estudio penetrante de «la propaganda rebelde» en su segundo y último capítulo con la inclusión de 54 imágenes. Finaliza con una breve reflexión final y ofrece una cronología, la relación de las fuentes históricas y de las fuentes de las imágenes y la bibliografía. Son tan sólo 179 páginas para explicar, narrar y mostrar aquella histórica y singular «guerra de papel» entre la monarquía española y las diecisiete provincias neerlandesas, y descubrirnos la potencia de una muy bien ideada y gestionada propaganda.

*La leyenda negra de España*, con una redacción impecable, con un trabajo de síntesis absolutamente encomiable por su enorme dificultad, con un rigor cumplido con auténtica devoción, con un orden narrativo que esclarece tanto el relato como lo que en él subyace, es una obra apasionante para cualquier

lector interesado en la historia y de absoluta referencia para los estudios de comunicación.

María Jesús Casals Carro  
Universidad Complutense de Madrid