



IGNACIO GIL



**LAS ESTRATEGIAS DE PUBLICACIÓN EN EL SIGLO DE ORO CENTRAN ESTE CONJUNTO DE ARTÍCULOS DE FERNANDO BOUZA. EN LA IMAGEN, MANUSCRITO DE «ESTEPHANIA LA DESDICHADA» (1604), DE LOPE DE VEGA**

## ARQUEOLOGÍA DE LA OPINIÓN

**PAPELES Y OPINIÓN: POLÍTICAS DE PUBLICACIONES EN EL SIGLO DE ORO**  
**FERNANDO BOUZA**  
CSIC. MADRID, 2008  
232 PÁGINAS, 17 EUROS

**RICARDO GARCÍA CÁRCEL**  
Desde que Habermas planteara en su libro ya clásico *Historia y crítica de la opinión pública* el debate acerca de cuándo y cómo surge la opinión pública, se ha escrito mucho sobre el concepto de opinión, sus cauces de difusión, sus logros y sus límites. En España, este debate ha sido especialmente rico porque desde los años setenta se viene explorando toda la publicística generada a lo largo de la época moderna con especial énfasis en el siglo XVII (revueltas catalana y portuguesa de 1640) y comienzos del XVIII (Guerra de Sucesión).

**CULTURA ARISTOCRÁTICA.** Los pioneros, en esta labor han sido Teófanos Egidio y María Teresa Pérez Picazo. Paralelamente a esta línea de investigación, Fernando Bouza viene trabajando intensamente en la historia del libro y de la lectura penetrando en todos los rincones y concavidades que la historia de la cultura y las representaciones en la España moderna propician. Ahora, nos acaba de ofrecer una joya, en forma de compilación de seis artí-

culos publicados en diversas revistas, desde el año 2004 al 2007. Los seis artículos tratan de la variedad de formas y estrategias de publicación y se interrogan acerca de los orígenes de la opinión pública en el siglo XVII español. En el libro se pone en evidencia la política reputacionista de propaganda que llevan a cabo los Reyes, conscientes de la necesidad de atender a la opinión del vulgo, recomendación, ésta, por cierto, que el padre Mariana transmitía contra el desprecio elitista del padre Rivadeneyra.

Bouza más que por los mensajes ideológicos que oferta el Rey se interesa (lo que ha sido una constante en su obra) por todos los medios materiales de transmisión, orales, visuales o escritos. Sus escenarios de análisis son múltiples: el de las predicaciones misionales con todas sus vertientes expresivas y funciones («dar golosina» enseñando), el de la cultura aristocrática cortesana,

el de la lucha política contra Lerma y los debates en torno a la Guerra de Separación portuguesa y la Guerra de Sucesión española. Bouza conduce al lector por todos estos escenarios, ofreciéndole su exquisita erudición en forma de sutiles argumentos, siempre acompañados de textos preciosos que constituyen las principales armas dialécticas en sus libros.

**CIRCUITOS DE COMUNICACIÓN.** Respecto a la arqueología de la opinión, Bouza reivindica el principio de la relativa autonomía de la opinión del público (oyente o lector) más allá del discurso ofertado. La respuesta al capuchino fray Pablo de Alicante o el Memorial de García Alexandre son testimonios expresivos de estrategias particulares de construcción de la opinión distintas a la del discurso oficial cortesano. Y es que el dirigismo oficial nunca pudo monopolizar toda la opinión. Los circuitos de la comunicación responden a políticas de publicación o de emisión de mensajes muy dispares y que ni la Iglesia ni la Monarquía ni la nobleza controlaron nunca plenamente. La relación de piezas de la publicística durante la Guerra de Restauración portuguesa, que incluye como apéndice el autor en uno de los artículos, constituye un vivero de fuentes útiles para los investigadores interesados en el tema de la separación de Portugal. ■

**BOUZA CONDUCE AL LECTOR OFRECIÉNDOLE SU EXQUISITA ERUDICIÓN EN FORMA DE SUTILES ARGUMENTOS, SIEMPRE ACOMPAÑADOS DE TEXTOS PRECIOSOS**