



## Trabajo Fin de Grado

La propaganda durante la Guerra de Sucesión Española,  
1701 – 1713

The advertising during the War of the Spanish Succession,  
1701 - 1713

Autor/es

Ángela Lambea Aranda

Director/es

Ana Morte Acín

Facultad de Filosofía y Letras  
2021 - 2022

# Índice

-Introducción .....	3
*Estado de la cuestión.....	3
*Metodología.....	4
-Propaganda española durante la Edad Moderna.....	6
*Propaganda en documentos escritos.....	7
*Propaganda oral.....	10
*Propaganda en las artes visuales.....	11
*Propaganda bélica.....	13
-Propaganda durante la Guerra de Sucesión en España.....	15
*Contexto y desarrollo de la Guerra de Sucesión.....	15
*Cuestiones generales de la propaganda en el conflicto.....	17
*Propaganda borbónica: ideas transmitidas, ejemplos, emisores y destinatarios,...	18
*Propaganda austriaca: ideas transmitidas, ejemplos, emisores y destinatarios,...	23
-Conclusiones.....	27
-Anexo.....	30
-Bibliografía.....	33
-Webgrafía.....	34

## **Introducción:**

En una época en la que la propaganda y el marketing inundan nuestra vida cotidiana, nuestros pensamientos y la forma en que desarrollamos éstos, nuestras ideas, valores y gustos, sería difícil no preguntarse a lo largo de este grado universitario cuál es el origen de todas estas estrategias, cómo plantearon su desarrollo y hasta qué punto ello afectaba a la vida de las personas en períodos y acontecimientos pasados. De este modo, abordando la Guerra de Sucesión, es recurrente, lo cual se refleja en la cantidad existente de estudios y análisis sobre el tema, preguntarse hasta qué punto los bandos que luchaban por el trono español hicieron uso de los métodos propagandísticos y, en mi caso, hasta qué punto todo ello influyó en el desenlace final.

Por lo tanto, el objetivo que espero conseguir con esta breve investigación es analizar el alcance que tuvieron los métodos de la publicística española en las fechas iniciales del siglo XVIII, concretamente en el conflicto sucesorio surgido por la muerte de Carlos II de España sin descendencia y cuyos contendientes principales fueron el candidato Felipe duque de Anjou y perteneciente a la dinastía Borbón y el archiduque Carlos de Austria, integrante de la dinastía Habsburgo, además, de conseguir reflejar cómo afectó ese alcance e influencia al resultado del enfrentamiento.<sup>1</sup>

A lo largo del análisis deberá abordar la complejidad de la cantidad de publicística existente en este periodo en España, de cómo fue utilizada y la influencia que podía llegar a tener en cada bando, cada clase social y cada territorio. Además, la propaganda no solo es del tipo escrito o iconográfico, por lo tanto, hay que tener en cuenta las limitaciones que supone tener que analizar los medios de difusión orales de éste ámbito, cómo fueron documentados, si todos ellos fueron transcritos a un soporte y si se modificaron los discursos orales a la hora de ser registrados. Del mismo modo, es fundamental conocer el conflicto y sus diferentes fases, ya que dependiendo de los resultados bélicos y políticos, la propaganda tendría unas intenciones y objetivos diferentes para poder favorecer al bando al que defendía.

Para poder abordar todo ello hay que conocer y trabajar con los estudios existentes sobre el tema de la investigación, es decir, desarrollar el estado de la cuestión. En el caso de la propaganda durante la Guerra de Sucesión española (1701 – 1713), los estudios son amplios y, en especial, los estudios dedicados a los valores e ideología que pretendían defender y difundir cada bando. Por

---

1 P. Ruiz Torres: *Historia de España: Reformismo e Ilustración (Volumen 5)*, Josep Fontana y Ramón Vallares (Directores), Crítica, Marcial Pons, Madrid, 2007, pp. 3 – 23.

consiguiente, existen diferentes obras entre las que, en primer lugar, he de comentar la obra que María Teresa Pérez Picazo elaboró y presentó para conseguir el doctorado en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Madrid, *La publicística española en la Guerra de Sucesión*, una obra con la que he trabajado para este análisis y que ha sido comentada en la mayoría de los libros y artículos que he estudiado, ya que se trató en su momento de un estudio de recopilación y análisis a un nivel que no se había dado en este ámbito. Siguiendo en la misma línea, también es mencionada la obra de Cristina Borreguero Beltrán, *Imagen y propaganda de la guerra en el conflicto sucesorio (1700 – 1713)*, siendo un estudio que analiza la tipología de la propaganda en este periodo y al que recurren algunos de los autores que tratan el tema.

A nivel práctico, la obra de Teófanes Egido “*Sátiras políticas de la España Moderna*”, con la cual también he trabajado, supuso un avance destacado por ser una amplia recopilación de archivos inéditos españoles y extranjeros, en su mayoría elaborados y financiados por la aristocracia, permitiendo todo ello hacer un análisis personal de los escritos originales.

En general, la propaganda comenzó a despertar el interés y a concebirse como material de estudio historiográfico, sobre todo para la historia social, a finales de la década de 1970. Para ello fue fundamental el Archivo de la Villa de Madrid, donde se pudieron, y se pueden, localizar muchos de los documentos, al igual que seguir su proceso de creación.<sup>2</sup>

Además, se ha ido dejando de lado el planteamiento de una propaganda exclusivamente monárquica y escrita, para plantear las diferentes escalas que ocupó en obras teatrales, sermones o fiestas, además de que ya no se centran únicamente en los grandes pensadores, sino que se ha empezado a analizar las posturas sobre la comunidad política que tuvieron los distintos grupos e individuos.<sup>3</sup>

Por otra parte, en cuanto a la metodología seguida para abarcar el tema ha sido cualitativa, mediante la revisión bibliográfica de los documentos que he tenido a mi alcance, encontrados tanto en el archivo de la Biblioteca María Moliner de la Universidad de Zaragoza, como en archivos encontrados en la red, ateniendo siempre a un filtro académico. Evidentemente, ha sido metodología

2 I. Castro, Rojas: *Comercio y cultura en la Edad Moderna: Papeles efímeros en la difusión de la información oficial en la temprana edad moderna. Una propuesta de estudio*. Reunión científica de la fundación española de la Edad Moderna, Universidad de Sevilla, 2015, p. 2435.

3 F. Bouza: *La propaganda en la Edad Moderna española: Medios, agentes y consecuencias de la comunicación política*, en M. J. Pérez Álvarez y L. M. Rubio Pérez (eds.): *Campo y campesinos en la España Moderna. Culturas políticas en el mundo hispano*. León, Fundación española de la Historia Moderna, 2012 p. 289.

tipo histórica, mediante el análisis de hechos del pasado y deductiva, ya que el enfoque ha ido desde los puntos más generales, que sería la propaganda en España en la Edad Moderna, hasta los puntos más particulares, analizando la propaganda propia de cada bando en un periodo concreto, la Guerra de Sucesión Española. Todo ello me ha permitido, en primer lugar, hacer un análisis general de los tipos de propaganda que podía encontrar y a cuáles de ellos debía prestar más atención a la hora de abordar el tema concreto; una vez llevada a cabo esta primera documentación, era fundamental enmarcar el contexto histórico y conocer qué hechos determinaban las causas y consecuencias de la publicística y, por último, conocer los medios de difusión más comunes durante el conflicto y las ideas que éstos buscaban comunicar, dependiendo del territorio y la clase social desde la que eran elaborados, es lo que me ha permitido llegar a las diferentes conclusiones.

## Breve presentación de la propaganda española durante la Edad Moderna:

La importancia de las artes gráficas en el mundo propagandístico es incuestionable y su estudio y comprensión se ampliaron enormemente con el impulso de los estudios iconográficos. Estas artes gráficas fueron fundamentales para la transmisión de mensajes desde las élites del poder debido a la proporción mayoritaria de analfabetismo en la población, siendo un fenómeno evidente no solo por parte de los estados sino también por parte de la iglesia. Sin embargo, no podemos considerar que se elaboraba el mismo tipo de arte para todas las clases sociales, dependiendo del nivel de educación se desarrollaron estas obras para una óptica culta o para una óptica popular.<sup>4</sup>

Por lo tanto, en el primer tipo de creación se aprecian elementos como escritos propagandísticos o iconografía novedosa cuyo significado ya había llegado al conocimiento de estas clases más elevadas; por otro lado, en el segundo tipo de elaboración, encontramos representaciones muy similares pero con iconografía tradicional ya que el pueblo no estaba tan adaptado a los cambios constantes de la moda y la iconografía en el arte.<sup>5</sup>

Antes de comenzar con el análisis de esta propaganda, como la llamamos hoy en día, debo aclarar que hasta el siglo XIX el término “propaganda” no se empleaba ni, en sus inicios, tenía connotaciones positivas. Anteriormente en España se utilizaba el término “propagación”, entendiéndolo como la actividad de mantener algo en la vida de las personas multiplicando y extendiendo su presencia tanto en el tiempo como en el espacio. Por ello, entre los siglo XVI y XVII encontramos referencias constantes a la propagación de la fe, del imperio, de un linaje,... y las personas que llevaban a cabo estas propagaciones tenía connotaciones negativas debido a que se vinculaban a la sedición y a la propagación de papeles incendiarios, aunque esta idea solo la debemos tener en cuenta en el caso de propagación de ideas por parte de las clases más bajas y no por parte de los poderes oficiales.<sup>6</sup>

Una vez aclarada esta cuestión, también podemos encasillar la propaganda moderna en diferentes tipos dependiendo de las cuestiones que trataban, por ello nos encontramos con propaganda que se basa en la simbología y la representación del poder regio, la propaganda basada en representaciones de poder eclesiásticos o élites locales y, por último, la propaganda dedicada a la

4 J. A. Sánchez, López: *Imago Imaginis. Un ejemplo de propaganda visual bajo las ópticas popular y culta*. Baetica, Málaga, 1995, pp. 31.

5 *Íbidem*, 40 – 45.

6 F. Bouza: *La propaganda en la Edad Moderna española: Medios, agentes y consecuencias de la comunicación política*, en M<sup>a</sup>. J. Pérez Álvarez y L. M. Rubio Pérez (eds.): *Campo y...*, pp. 283 – 284. (Op. cit.)

política, mayoritariamente vinculada con los sucesos bélicos.<sup>7</sup>

El estado y la iglesia fomentaron la cultura masiva y dirigida ya no solo para el divertimento de la población sino también para distraer y evadir a las personas de los problemas de la vida cotidiana, controlando así posibles revueltas o rebeliones. Esta intención de escapar de la realidad provocó que se situara como centro de las representaciones artísticas y de lo atractivo, los elementos teatrales, que engañan al ojo y aparentan lo que no son, lo exótico y diferente. Haciendo todo ello que la cultura del siglo XVI, pero sobre todo de los siglos XVII y XVIII, fuera una cultura ampliamente visual y toda esta cultura tenía una serie de intenciones que se transmitían a través de los elementos que analizaré a continuación, buscando provocar un sentimiento o respuesta en el espectador, lo cual es un principio esencial de la propaganda y, en ello, los símbolos permitieron que las ideas que se buscaban difundir fueran comprensibles para la mayor parte de las personas. También hay que entender que todo ello quedó principalmente en manos de las élites y que, por esto mismo, ni todas las personas estaban en condiciones de entender las obras, ni todos los artistas tenían capacidad para representar de forma adecuada la iconografía y las ideas que se buscaban expresar, y para esta idea se puede destacar el uso de los “emblemas” que, principalmente, estaban dirigidos a un grupo más elitista que buscaba reflejar los valores familiares o dinásticos con una representación visual.<sup>8</sup>

### Propaganda en documentos escritos

Una vez explicadas estas cuestiones, en primer lugar analizaré los llamados “papeles efímeros”, documentos emanados desde la administración civil o religiosa que se hacían efectivos mediante su difusión oral o escrita, podían ser decretos, pregones, bulas o edictos, entre otros, los cuales se difundían en una sola hoja o en una pequeña cantidad de hojas con la intención de ser pregonados o colocados en espacios públicos en los que podían ser leídos de forma grupal. Estos documentos recibieron el nombre de papeles efímeros debido a la validez limitada de lo que se transmitía en ellos, por ello su conservación fue mucho menor que la de otro tipo de documentos. Al igual que el resto de tipos que voy a analizar, la difusión de papeles efímeros se vio favorecida por el desarrollo de la imprenta, aunque también jugó un papel fundamental el establecimiento de administraciones municipales, las cuales tuvieron un papel principal en la comunicación de información desde la autoridad, tanto estatal como eclesiástica. Concretamente en el Madrid de los siglo XVI y XVII,

7 R. J. López: *Poder, imagen, opinión pública y propaganda en la Edad Moderna*, Obradorio de Historia Moderna, nº20, 2011, pp. 7 – 10.

8 J. C. Lozano López: *La cultura simbólica en el Barroco: el recurso a lo simbólico, reflexiones sobre el gusto II*, Universidad de Zaragoza, pp. 67 – 89

como se puede estudiar en la obra de Isabel Castro Rojas, estos papeles efímeros presentaban un protocolo inicial con el título, la fecha y el lugar de publicación, tras lo cual, era común que se estableciera un preámbulo informativo y posteriormente el contenido. Siendo documentos públicos era necesaria la datación y la suscripción de los autores y testigos, inscripción que recibe el nombre de “escatocolo”. Por otra parte, en cuanto a la temática, encontramos diversos tipos, pero, en general, reflejan el deseo progresivo de las autoridades civiles y religiosas de controlar todo lo que alcanzaba su poder, por ello era muy común la divulgación de papeles efímeros que trataron el control de precios o impuestos, la regulación del urbanismo, de vestimenta, higiene o criminalidad, en general, documentos que establecieran claramente lo que podían y no podía hacer las personas, pero todo ello no solo fue por parte del estado, sino también por parte de la iglesia, la cual difundió este tipo de documentos con índices para establecer el buen y el mal comportamiento de los fieles. Además de todo ello, solían ir acompañados de gráficos representativos del poder, como por ejemplo escudos o símbolos que hicieran referencia a la autoridad que lo divulgaba y que fueran reconocibles. Es importante tener en cuenta que toda la estructura de los documentos y sus elementos gráficos estaban pensados para la fácil comprensión y lectura pública.<sup>9</sup>

Entre los documentos escritos propagandísticos en España, también destaca “La Gaceta de Madrid” (Figura, nº 1). Las gacetas eran una especie de periódicos en los que aparecían las noticias más recientes, pero entendiendo los tiempos de la época podían abarcar las noticias de todo un año, ya que es evidente que la velocidad de comunicaciones en ese momento no era ni comparable a la actual. Según, Fernando J. Bouza Álvarez<sup>10</sup>, concretamente en La Gaceta de Madrid se han conservado algunas evidencias de colaboradores que buscaban estar dentro de este diario intencionadamente entre finales del s. XVII y principios del XX. De tal modo, se encuentra el cargo del Marqués de Mejorada, que buscaba informar al público mediante la inspección y la censura de informaciones, actuando como intermediario entre el público y el gobierno de la monarquía; o, por ejemplo, puede destacar la figura del cronista de Aragón, la cual se adaptó a la monarquía hispánica y sirvió para difundir los logros de dicha monarquía, sus valores y su doctrina.<sup>11</sup>

La narrativa también fue un elemento fundamental para la propaganda política y militar, sobre todo en el Siglo de Oro español. Las crónicas tuvieron un papel principal en la transmisión de valores de la guerra y de la monarquía mediante la repetición de determinadas representaciones, en

9 I. Castro, Rojas. *Comercio y cultura en la Edad Moderna: Papeles efímeros en la difusión de la información oficial en la temprana edad moderna. Una propuesta de estudio*. Reunión científica de la fundación española de la Edad Moderna, Universidad de Sevilla, 2015, pp. 2428 – 2439.

10 F. Bouza: *La propaganda en la Edad Moderna española: Medios, agentes y consecuencias de la comunicación política*, en M<sup>a</sup>. J. Pérez Álvarez y L. M. Rubio Pérez (eds.): *Campo y...*, p. 288. (Op. Cit.)

11 *Ibidem*, pp. 288 – 291.

las cuales era fundamental la verosimilitud de las obras, lo cual no significa que los sucesos descritos fueran reales, sino creíbles dentro del contexto político y militar. Un ejemplo de este caso se puede encontrar en el gobierno de Olivares en el siglo XVII, ya que intentó crear una historia oficial del reinado, portando dicha responsabilidad en Virgilio Malvezzi, quien se convirtió en el historiador del régimen. De tal modo, no solo se elaboró una historia oficial del reino, sino que surgieron numerosas obras de poesía épica entre los siglo XVI y XVII, destacando las que se centraban en la lucha contra los turcos, entre las cuales nos encontramos libros como “Las Navas de Tolosa” (Figura, nº 2) de Cristóbal de Mesa (1594), “La Jerusalén conquistada” de Lope de Vega (1609) o “La conquista de la Bética” de Juan de la Cueva (1603). Generalmente en todas estas narrativas se presentaba al monarca como brazo ejecutor de dios. En la misma temática antiturca son notables las relaciones de sucesos, un tipo de narrativa con una amplia cantidad de lectores, lo cual permitió que fueran utilizadas como herramienta propagandística. Solían estar estructuradas como crónicas o memorias y solían informar de hechos bélicos subrayando las hazañas y las victorias de la corona española, por lo que en la mayoría de las ocasiones la información no era completamente objetiva. Sin embargo, la narrativa no solo estaba controlada por la monarquía y las élites, también existía una literatura de gran consumo que aprovechó la cultura de la guerra y las historias políticas y militares y que estuvo elaborada por autores de la época, aunque, evidentemente, debían difundir los valores aceptados por las élites dominantes, como el espíritu caballeresco y militar, el rechazo de las herejías, el deber de mantener la reputación y el prestigio del país, etc.<sup>12</sup> Además, a pesar de ser una literatura de ficción, estaba anclada a la inspiración en acontecimientos inalterables, por lo que también puede ser utilizada como fuente de información histórica, siempre teniendo en cuenta los límites de ello y el contrate con fuentes fiables.

No obstante, tras haber establecido el control de todos estos métodos en manos de las élites, debo aclarar que la imprenta permitió mayor accesibilidad a los particulares de la modernidad a estos métodos de propaganda y, aunque el derecho de libertad no se estableció hasta la constitución de 1812 y la normativa para el acceso a la imprenta era obligada, al igual que superar los procesos de censura, cada vez las facilidades para que los particulares transmitieran sus opiniones era mayor.<sup>13</sup>

---

12 D. García, Hernán: *Guerra, propaganda y cultura en la monarquía hispánica: la narrativa del siglo de oro*. Obradorio de Historia Moderna, nº20, 2011, pp. 281 – 302.

13 F. Bouza: *La propaganda en la Edad Moderna española: Medios, agentes y consecuencias de la comunicación política*, en Mª. J. Pérez Álvarez y L. M. Rubio Pérez (eds.): *Campo y...*, p 291. (Op. Cit.)

En el caso de los particulares que querían imprimir su propia obra, era común que no fuera necesaria la obtención del privilegio o la tasa, con el escrito original y la licencia podía ser suficiente, además de que estos permisos tampoco solían solicitarse a escritos dirigidos hacia el conocimiento público y no hacia el lucro. Además, durante el siglo XVII, un momento de auge para la imprenta, la actividad de particulares destacó bastante frente a las autoridades de la monarquía, por ello, tras este siglo en el que mucho individuos dieron a conocer sus planteamientos sobre el estado y la política, se creó la Superintendencia de Imprentas, donde se divulgaban esos textos, que fueron tenidos en cuenta por la monarquía, ya que ésta consideraba importante conocer los pensamientos del pueblo para llevar a cabo ciertas resoluciones.<sup>14</sup> Por lo tanto, lo más común era que, a diferencia de la propaganda contemporánea, se buscara transmitir valores, intereses o hacerse público, más que la difusión de un programa de ideas perfectamente definido o estructurado. De tal modo, si bien la propaganda era usada por los grandes poderes, también existía propaganda comunitaria, personal o faccional, la cual reflejaba también opiniones frente a conflictos particulares o comunitarios.

### Propaganda oral

Recientemente en los estudios sobre el tema han estado muy presentes los sermones y la predicación con rogativas, acciones de gracias,... como herramienta propagandística de carácter político. Mediante estas vías se conseguía una rápida difusión de ideas que habían sido establecidas desde el poder, al igual que se conseguía un amplio apoyo económico y militar en caso de que fuera necesario.<sup>15</sup> Además, la iglesia permitía que todo ello llegara a las masas de población, ya que en este momento la religión y el ser buen cristiano era fundamental, teniendo en cuenta lo presente que estaba la idea de la salvación y el miedo a no conseguirla.

A pesar de la importancia que tuvo la imprenta y la transmisión escrita, en estos siglos seguía siendo predominante la transmisión oral, debido a que las tasas de analfabetismo continuaban cubriendo la mayoría de la población.

Por lo tanto, he de destacar la figura de los propagandistas misioneros. Los hombres enviados a

14 F. Bouza: *La propaganda en la Edad Moderna española: Medios, agentes y consecuencias de la comunicación política*, en M<sup>a</sup>. J. Pérez Álvarez y L. M. Rubio Pérez (eds.): *Campo y...*, pp. 291 – 300.

15 D. García, Hernán: *Guerra, propaganda y cultura en la monarquía hispánica: la narrativa del siglo de oro*. Obradorio de Historia Moderna, nº20, 2011, p. 286.

misiones religiosas, en un principio llevaron a cabo una difusión personal y oral, lo que permitió que la propaganda política fuera moldeada desde un punto de vista confesional y de ello dependían los medios a los que recurrían para que fuera efectiva. Las reformas religiosas hicieron que los propios misioneros adoptaran encargos de naturaleza política y no solo eclesiástica, aunque no solo se dedicaron a servir a los gobernadores, ya que en diversas ocasiones también transmitieron las quejas de los súbditos a sus gobernantes. Aunque la evangelización de los misioneros se diferenciaba de la propaganda política, ya que la primera no apelaba a la opinión pública.<sup>16</sup> Dentro de estos sermones, fueron fundamentales también las imágenes de las que se rodeaban y las cuales ayudaban a la comprensión de la población, ampliamente analfabeta como he mencionado antes; no solo se introducían imágenes capitulares de la propia biblia, sino que se introducían emblemas de la religiosidad, como por ejemplo las cruces o incluso gestos que se vinculaban a las ideas eclesiásticas.<sup>17</sup>

### Propaganda en las artes visuales

El arte, la música y el teatro solían reflejar una situación concreta y, por lo tanto, servían de propaganda para dicho momento, además, las artes visuales y orales suele ser el reflejo de una opinión colectiva mediante recursos comunicativos. Entre estas artes visuales destacan el grabado, los cuadros pictóricos, sobre todo los retratos por parte de los poderes, el teatro y las monedas.

Durante la Edad Moderna en el arte fue fundamental la iconografía que representaba los valores que se buscaban transmitir, sobre todo por parte de la monarquía y de la iglesia. Para esta finalidad propagandística, y también doctrinal, de los símbolos fue un importante medio el grabado, mediante el cual buscaban provocar emociones y estímulos en la población. Para todo ello fue fundamental el bajo coste de estas representaciones, el cual permitía que la mayoría de la población tuviera acceso a ellas. En el ámbito eclesiásticos, estos grabados fueron el origen de las estampas religiosas, fomentando todo tipo de devociones en todos los niveles sociales, ya que los lienzos o las esculturas solo eran accesibles para las clases altas.<sup>18</sup>

16 F. Bouza: *La propaganda en la Edad Moderna española: Medios, agentes y consecuencias de la comunicación política*, en M<sup>a</sup>. J. Pérez Álvarez y L. M. Rubio Pérez (eds.): *Campo y...*, pp. 284 – 286. (Op. Cit.)

17 J.C. Lozano, López: *La cultura simbólica en el Barroco: el recurso a lo simbólico, reflexiones sobre el gusto II*. Universidad de Zaragoza, Zaragoza, pp. 81 – 82.

18 J. A. Sánchez, López: *Imago Imaginis. Un ejemplo de propaganda visual bajo las ópticas popular y culta*. Baetica, Málaga, 1995, pp. 32 – 33.

También las fiestas públicas y la comedia o el teatro se han situado por autores como José Antonio Maravall como medios de propaganda regia.

Los poderes del barroco recurrián a la imagen como miedo de conocimiento y como una forma de entender el mundo y hacer más fácil su entendimiento, haciendo tangibles los conceptos convirtiéndolos en símbolos o iconos. Por ello fueron muy recurrentes los emblemas o los blasones para hacer publicidad o propaganda general o particular. De hecho, la estrategia propagandística que se utilizaba en estos elementos se ha mantenido hasta nuestros días, basándose en la creación de un símbolo cuyo significado debía ser descifrado con ayuda del emblema. Este proceso o “juego” de adivinanza hacía mucho más fácil para las personas que lo llevaban cabo que se recordara su sentido. Estos emblemas, podían encontrarse en grabados o en las arquitecturas efímeras que se construían durante las celebraciones estatales y cuya iconografía y mensajes eran abundantes. Aunque, debo destacar, de nuevo, que el uso de la iconografía con el objetivo de trasmitir mensajes o ideas no llegó a conocimiento del pueblo hasta la creación de los grabados de Goya, ya que éste fue quien introdujo iconografía mucho más universalizada y con temas más cercanos al pueblo. Así mismo, debido al deseo de movilidad social ascendente de la sociedad moderna, los símbolos reflejan esos deseos y valores, ideas e inquietudes de las personas que encargaban dichos trabajos, sobre todo en la pintura y el grabado, ya que el arte del barroco no era una actividad estética individual o autónoma, sino que respondía a un encargo, que solía tener cierta intencionalidad, aunque en muchos casos el artista añadía iconografía propia. Igualmente, toda esta iconografía debía tener unos códigos compartidos por el emisor y el receptor, sino el mensaje perdería el sentido.<sup>19</sup>

Finalmente, mencionar el poder de la imagen en la moneda (Figura, nº 4), las cuales iban evolucionando dependiendo de las circunstancias históricas y destaca la progresiva introducción del rostro de los gobernantes en las monedas de los estados europeos, a la par de la aparición y la difusión del individualismo y con ello, surge el estudio de la función de los escudos heráldicos. Sin embargo, a diferencia del resto de medios propagandísticos, la moneda está exclusivamente al servicio del Estado, ya que es éste el único con capacidad de emitirla y era el que decidía sus características, claramente adaptadas a sus necesidades e intereses. Si bien es cierto que esta representación de monarcas en las monedas ya se había desarrollado anteriormente, por ejemplo en la Edad Media la representación solo buscaba dar visibilidad a la institución de la corona, a diferencia de la representación en la Edad Moderna, cuando se buscó una representación más

---

19 J.C. Lozano, López: *La cultura simbólica en el Barroco: el recurso a lo simbólico, reflexiones sobre el gusto II*. Universidad de Zaragoza, Zaragoza, pp. 69 – 80.

individualista, del personaje concreto y no solo de la figura regia. Para esta nueva representación en la moneda fue indispensable no solo el surgimiento del individualismo, sino también el redescubrimiento del mundo clásico con el renacimiento, que supuso la recuperación del elemento central de las monedas romanas, la presentación del rostro del emperador. A diferencia del mundo clásico, en la modernidad la moneda abarcaba una cantidad de población masiva, por lo que sus capacidades propagandísticas fueron incomparables. Generalmente la función de este tipo de publicidad era representar un poder centralizado como lo eran las monarquías absolutistas de la época. Además, no solo se podían apreciar los rostros de los reyes, sino que también se pueden apreciar símbolos que ensalzan la figura de éstos, como podía ser la corona, como evidente representación regia, o la corona de laurel, de inspiración clásica, entre otros como la coraza o el manto, siendo todos ellos referentes a las victorias militares, aspecto fundamental en una sociedad en la que la violencia y los sucesos bélicos eran recurrentes.<sup>20</sup>

#### Propaganda bélica:

Este tipo de propaganda se convirtió en un importante instrumento para reflejar poder desde la monarquía, siendo las representaciones de batallas, tanto en cuadros, como en grabados, fundamentales para dicha finalidad. En este tipo de propaganda o “comunicación persuasiva” lo más habitual fue engrandecer física y moralmente al bando que se defendía y sus capacidades y, por lo contrario, humillar de cualquier forma al enemigo en los mismos aspectos. Esta metodología no solo tenía como objetivo avivar el ánimo del ejército, sino también de la población, teniendo como doble objetivo conseguir lo contrario en el ánimo del enemigo. Todo ello no solo estuvo presente en la propaganda escrita, también estuvo presente en dichos grabados o ceremonias y celebraciones públicas, sin embargo, no estuvo presente en todos los ámbitos de la población, ya que este tipo de propaganda estuvo dirigida directamente a la población urbana y, concretamente, a la nobleza y el alto clero, debido a que eran estos los estamentos con capacidad política, de tal modo es casi imperceptible en las zonas rurales.<sup>21</sup>

En las pinturas y grabados ahora mencionadas, solían establecerse unos elementos comunes. En primer lugar, la escena se suele enmarcar en un paisaje de valle o con proporciones amplias para representar la idea de la conquista del espacio como conquista de poder. En segundo lugar, es

20 J. de Santiago, Fernández: *Imagen del poder en la moneda moderna.. Moneda, escritura y poder: comunicación, publicidad y memoria.* Universidad Complutense de Madrid, Madrid, pp. 97 - 100

21 D. González Cruz: *Propaganda y mentalidad bélica en España y América durante el siglo XVIII*, Ministerio de Defensa, 2007, pp. 24 – 25.

común que aparezcan representados en primer plano los estrategas y generales que dirigían el ejército que se buscaba representar y en este primer plano suele destacar el general victorioso y protagonista, a caballo y dirigiendo su mirada al espectador, aunque no es algo que aparezca en todas las imágenes bélicas. En un segundo plano se encontraría la caballería y de fondo el ejército, normalmente representado con grandes dimensiones, ordenado y uniforme, representando el dominio del campo de batalla. Por último, ocupando un espacio al fondo del paisaje, se representaba el ejército al que se iba a hacer frente.<sup>22</sup>

Otras fuentes testimoniales más fiables de los conflictos fueron los libros conmemorativos de batallas, donde se pueden llegar a encontrar mapas y esquemas sobre las batallas navales y terrestres, ayudando a mostrar todo ello al gran público la dificultad que había conllevado cada batalla y cada estrategia. Además, dentro del género literario de las *Relaciones de sucesos*, se encuentran las *Relaciones de batallas*, que eran crónicas que narraban con detalles enfrentamientos armados y cuyo objetivo era entretenir e informar al pueblo. Era común que en ellas se relataran las victorias de la Monarquía española y, evidentemente, no era habitual que rememoraran derrotas. En caso de que sí fueran representadas las derrotas, lo hacían a modo de argumento para explicar las malas intenciones de los enemigos y por qué se había sido derrotado. Teniendo siempre como finalidad destacar el valor de los ejércitos españoles.<sup>23</sup> También fue habitual aludir en la mayoría de los conflictos, por no decir en todos, a la guerra santa y a la justificación basada en el servicio de la fe cristiana de todos esos combates.

Por todo ello, las construcciones simbólicas en torno a los sucesos bélicos son evidentes, sobre todo, en los retratos reales, en los que se representó a los monarcas constantemente con indumentaria e iconografía militar, lo cual no solo tenía la finalidad de otorgar poder a la monarquía, también tenía como objetivo conseguir el apoyo del pueblo a la hora de declarar una guerra o de acordar una paz.<sup>24</sup> (Figura, nº 5)

---

22 C. Borreguero, Beltrán: *Imagen y propaganda de la guerra en el conflicto sucesorio (1700 – 1713)*, Universidad de Burgos, 2003, pp. 101.

23 *Ibidem*, 103 – 111.

24 D. González Cruz: *Propaganda y mentalidad bélica en España y América durante el siglo XVIII*, Ministerio de Defensa, 2007, pp. 22 – 23.

## **Propaganda durante la Guerra de Sucesión en España**

### Contexto y desarrollo de la Guerra de Sucesión (1701 – 1713)

El grueso de este trabajo está dedicado a analizar la propaganda que se elaboró a lo largo de este conflicto por parte de los dos pretendientes al trono español. Para entender la evolución de la publicística, es fundamental presentar el desarrollo del conflicto, sobre todo, los acontecimientos que fueron claves para la difusión de estos documentos divulgativos.

La cuestión sucesoria estuvo presente a lo largo de todo el reinado de Carlos II debido a la debilidad de su salud y se hizo más manifiesto con sus dos matrimonios, el primero con María Luisa de Orleans, sobrina de Luis XIV y el segundo Mariana de Neoburgo. Esta evidencia fue clara debido a que ninguno de los dos enlaces pudo asegurar una descendencia óptima para el monarca. De tal modo, comenzaron los movimientos más próximos al inicio de la guerra.<sup>25</sup>

Los candidatos fueron determinados por los matrimonios de las hijas y hermanas de Felipe IV, lo cual ocasionó que fueran uno de los príncipes de la casa Habsburgo austriaca o un integrante de la dinastía Borbón. A pesar de estar claros los aspirantes al trono, todo ello suponía la problemática que había intentado evitarse por las potencias Europeas, la ruptura del *statu quo* europeo y mundial, debido a la amplia extensión territorial de la monarquía hispánica. Esta situación animó a las potencias a llevar a cabo tratados de reparto, desconocidos por Carlos II, con el objetivo de solucionar de forma previa el posible conflicto sucesorio ante la muerte del monarca sin descendencia.<sup>26</sup>

Si bien es cierto que Carlos II elaboró testamento y lo renovó acorde a los acontecimientos y preferencias de sus influencias en 1696 estableciendo como primer heredero al trono a José Fernando de Baviera, la muerte de éste supuso que de nuevo se afrontara el debate de la sucesión. Ante esta circunstancia se elaboró el tercer y último tratado de reparto, el Tratado de La Haya, entre Luis XIV y Guillermo III, pero estos tratados ya habían provocado el rechazo del monarca español y por ello tomó la decisión, junto al Consejo de Estado, de redactar un nuevo testamento en el que se estableciese como único heredero a Felipe Duque de Anjou, nieto de Luis XIV, con el objetivo de mantener los territorios de la corona unidos e integrados en ésta. Dicha opción recibió la negativa

25 P. Ruiz Torres: *Historia de España: Reformismo e Ilustración (Volumen 5)*, Josep Fontana y Ramón Vallares (Directores), Crítica, Marcial Pons, Madrid, 2007, p. 4.

26 J. Contreras: *Carlos II el Hechizado: Poder y melancolía en la corte del último Austria*, Temas de Hoy, Madrid, 2003, pp. 292 – 294.

de Luis XIV, pero la muerte de Carlos II en el proceso de elaboración definitiva del testamento, supuso que se fijara como testamento y heredero definitivo al hijo del Delfín.<sup>27</sup>

No obstante, la desestimación del monarca francés se convirtió en acciones influyentes sobre su nieto a la vista de los posibles beneficios ante la nueva coronación. Esta osadía francesa preocupó a Inglaterra y a las Provincias Unidas, causando que cambiaron su apoyo al Archiduque Carlos, siendo éste el origen de la Gran Alianza de la Haya, que acabó declarando la guerra a los Borbones. De tal modo inició un conflicto no solo internacional, sino también civil y, como explicaré más adelante, simuladamente religioso.<sup>28</sup>

Sin embargo, puesto que el punto de este trabajo no es el conflicto sucesorio, me dispongo a presentar los acontecimientos más destacados tanto por el impacto en el transcurso de la guerra, como por el impacto que supusieron en la propaganda del periodo principalmente.

A lo largo del primer periodo de la Guerra, anterior a la victoria borbónica en Almansa, las diferentes ciudades de la Corona de Aragón, entre las que se encuentran Barcelona, Valencia, Zaragoza y Mallorca, juraron lealtad a Archiduque y lo reconocieron como su rey.<sup>29</sup> Tal fue la influencia inicial que llegó a ocupar Madrid en 1706, suponiendo uno de los años más críticos para el monarca francés. Sin embargo, el arduo inicio del bando Borbón se vio modificado tras la victoria en la Batalla de Almansa de 1707, gracias a la cual fue ejecutada la conquista del reino de Valencia y el de Aragón, de la misma forma que fue llevada a cabo la abolición de los fueros valencianos y aragoneses.<sup>30</sup> Del mismo modo fue importante la victoria en Almenara y en Zaragoza para el candidato austriaco en el año 1710 debido a que las consecuencias estratégicas fueron notables, puesto que Felipe V tuvo que refugiarse en Lérida y sus tropas escapar hacia Zaragoza, donde se dio la segunda batalla consecutiva ganada por el Archiduque Carlos, lo que supuso que quedara libre el camino hacia Madrid. Sin embargo, el último mes del mismo año Felipe V consiguió retomar el control gracias a las victorias de Brihuega y de Villaviciosa, que le otorgaron el poder suficiente para reconquistar progresivamente el reino de Aragón y para mantener su supremacía hasta el final de la guerra sobre Carlos de Austria, lo cual también se vio favorecido por el nombramiento de éste como Emperador de Austria tras la muerte de José I.<sup>31</sup>

27 P. Ruiz Torres: *Historia de España: Reformismo e Ilustración ...*, p. 4 (Op. Cit.)

28 *Íbidem*, p. 10.

29 C. Borreguero, Beltrán: *Imagen y propaganda de la guerra en el conflicto sucesorio (1700 – 1713)*, Universidad de Burgos, 2003, pp. 114 – 116.

30 P. Ruiz Torres: *Historia de España: Reformismo e Ilustración ...*, p. 31 (Op. Cit.)

31 H. Kamen: *Felipe V, el rey que reinó dos veces*, Temas de Hoy, Madrid, 2000, pp. 96 – 101.

### Cuestiones generales de la propaganda en el conflicto

Este no pretende ser un análisis de la guerra a través de la propaganda, sino cómo ésta influyó en la opinión popular e incluso en los resultados del conflicto, ya que debemos tener en cuenta en todo momento que la propaganda de ambos bandos no muestra una realidad completa, sino los objetivos que cada rival pretendía, por ello siempre hay que contar con diferentes tipos de fuentes historiográficas para tener una visión panorámica de los sucesos.

Todos los documentos escritos tuvieron diferentes destinos y alcances, muchos permanecieron en sus ciudades de origen, otros exclusivamente en España y otros muchos llegaron por medios ocultos a diferentes lugares de Europa, por lo que es evidente que tuvieron orígenes y trayectorias dispares, ya que podían ser obra del gobierno o estar dirigidos contra éste, incluso podían ser obras con orígenes anónimos, generalmente difundidos por medios clandestinos. Asimismo, independientemente de los autores y los objetivos, cabe destacar que si bien estos mecanismos de propaganda se vieron potenciados por el desarrollo de la imprenta,<sup>32</sup> tampoco se puede hacer un anacronismo con el alcance que tenían los medios de difusión de ideas de inicios del siglo XVIII con el alcance que tienen los medios actuales.<sup>33</sup>

A pesar de lo que pueda parecer sobre a la ignorancia de la población respecto a la prensa como método de persuasión, muchos de ellos ya eran conscientes de las realidades ilusorias que los documentos periodísticos, en un inicio la gazetas, pretendían mostrar. De tal modo las polémicas a nivel público podían causar problemas a las autoridades y podía afectar la legitimidad de cualquiera de los dos candidatos al trono y esa misma opinión pública intentó ser manipulada en su favor, siendo aprovechada con el fin de conseguir esa misma legitimidad. Además, se tiende a simplificar y dividir dichas opiniones según territorios, ya que este enfrentamiento también supuso tensiones por enfrentamientos anteriores, como por ejemplo entre castellanos y catalanes, pero la realidad fue mucho más compleja y la división de opiniones se basó más en los intereses de clase que en los lugares de pertenencia.<sup>34</sup> Por ello, intentaré tratar de analizar la diferencia de preferencias en cada estamento basándome en la obra de María Teresa Pérez Picazo.<sup>35</sup>

---

32 M. L. González Mezquita, *El poder de las palabras: Política y propaganda en la Guerra de Sucesión Española*. En: Europa en torno a Utrecht. M. Torres Arce y S. Truchuelo García (Eds.). Universidad de Cantabria, Santander, 2014, pp. 1 – 4.

33 Cuestión tratada en: R. Darnton, *The forbidden best-sellers of pre-revolutionary France*”, W. Norton, Nueva York, 1996.

34 M. L. González Mezquita, *El poder de las palabras:...* pp. 7 – 8. (Op. cit.)

35 M. T. Pérez, Picazo, *La publicística española en la Guerra de Sucesión (Vol. I)*, C. S. I. C., Madrid, 1966.

### Propaganda borbónica: ideas transmitidas, ejemplos, emisores y destinatarios,...

En el caso de Felipe V, su causa y, por lo tanto, su propaganda se apoyó en el Reino de Castilla para conseguir la victoria. Castilla lo veía como una posible alianza estratégica para mejorar la situación española, en cambio Aragón y Cataluña se centraban en los viejos enfrentamientos con Francia, lo que hacía más difícil el apoyo al candidato Borbón, quien, al igual que el Archiduque Carlos, hizo uso de la religión, imponiendo como figura herética a los partidarios del Archiduque. Desde el otro bando se buscó un argumento basada en la defensa de los fueros, de la nobleza y de los eclesiásticos y en el ataque al deseo francés de una monarquía universal, alegando que España se convertiría en un país subordinado a Francia. De tal modo, ya se comienza a establecer un patrón estamental en la defensa de cada bando, siendo la clase nobiliaria un apoyo escaso en el bando francés.<sup>36</sup>

Por otra parte, las clases medias, es decir, la burguesía, no fueron un colectivo homogéneo en su opinión, en este caso sí influyó el lugar de origen. La burguesía castellana fue el apoyo de Felipe V, ya que el cambio de dinastía se veía como una oportunidad para acercarse a una gran nación, como la que era Francia, y para conseguir cambios que mejoraran su situación de decadencia desde el siglo anterior por el arrastre de la bancarrota de la monarquía desde finales del s. XVII. Así pues, a lo largo de toda la publicística del siglo XVII se aprecia el deseo que tenía este grupo de conseguir reformas del estado.<sup>37</sup>

Entre las clases medias la seriedad y el conocimiento que reflejaba su erudición está presente en los largos alegatos y los folletos, que tenían características propias de los tratados jurídico-políticos, ya que se exponían datos concretos, referencias a autores destacados y a diferentes doctrinas,... En la publicística de las clases medias si bien encontramos argumentos políticos y religiosos, los comunes eran de tipo jurídico, siendo utilizados en todas las regiones, sin diferencia de coronas. En consecuencia, tanto en los folletos burgueses de la Corona de Aragón como en los de Castilla, se ve plasmada la preocupación por la situación económica de España y las soluciones que estas clases medias proponían para dicha crisis. Del mismo modo, es evidente el interés que tenía la sociedad burguesa por los acontecimientos exteriores, ya que consideraban que éstos tenían repercusión en la evolución del conflicto en España y, por ello, el punto de vista español frente a los sucesos internacionales vinculados a este conflicto, fueron tratados exclusivamente por la publicística

36 M. L. González Mezquita, *El poder de las palabras: Política y propaganda en la Guerra de Sucesión Española*. En: Europa en torno a Utrecht. M. Torres Arce y S. Truchuelo García (Eds.). Universidad de Cantabria, Santander, 2014, p. 13.

37 M. T. Pérez, Picazo, *La publicística española en la Guerra de Sucesión (Vol. I)*, C. S. I. C., Madrid, 1966, pp. 114 – 116.

burguesa. Por otra parte, en el común de dichos folletos también destaca el amplio sentimiento pesimista de esta clase social hacia la situación del país.<sup>38</sup>

Si analizamos la masa popular, el Reino de Carlos II no fue mayoritariamente apoyado, por ello existen una gran cantidad de pasquines y libelos, también de piezas festivas y satíricas durante este periodo que lo reflejan. Sin embargo, la escasez de un registro medianamente culto en este tipo de escritos no permitía que fueran tomados en serio. A este descontento por la actividad de Carlos II como monarca se sumaba el descontento por las malas condiciones de vida del siglo XVII, las cuales se vieron todavía más agravadas por el conflicto sucesorio, por ello la gran parte de los folletos de las clases populares culpaban a la monarquía y, por ende, a los Austrias, de la ruina de la nación. Aunque, si dejamos de lado la preferencia sobre el candidato, en general, las clases bajas aprovecharon el conflicto para solicitar mejoras en las condiciones de vida, de los precios, los impuestos,... El rechazo de éstas hacia el candidato austriaco, de nuevo, estuvo más presente fuera de la Corona de Aragón, especialmente, fuera de Cataluña. Por el contrario, desarrollaron pensamientos mesiánicos hacia el candidato francés; sobre todo entre las calases medias, debido a que se buscaba esa reforma del estado y, considerando las dinastías de ambos candidatos y la orientación del gobierno de Felipe V antes de llegar a España, hacía más atractiva la opción borbónica entre una publicística que destacaba por su aspecto crítico, razonables y reposado.<sup>39</sup>

Si bien desde inicios del siglo XVIII, fue el momento en el que se desarrolló una propagandística basada en panegíricos, discursos destinados a la alabanza de una persona, que en este caso iban destinados a legitimar en el trono a Felipe V, también fueron empleados como canales de propaganda cuadros y grabados, libros sobre historia, crónicas, cartas,... Sin embargo, no solo hubo propaganda dirigida desde las élites y el poder, también la masa popular desarrolló escritos literarios basados en coplas y letrillas que apoyaban a un candidato y rechazaban al otro. De hecho, la contienda bélica de esta guerra determinó en todo momento los movimientos propagandísticos, siendo evidente la explotación de la imagen que otorgaba cada victoria para ganar nuevos adeptos a la causa y en el caso de las derrotas, la explotación de una propaganda dirigida a aumentar el apoyo mediante oraciones y rogativas, pero también mediante soldados y financiación. Reflejando todo ello un nuevo fenómeno en el país, el apoyo en la masa popular para las campañas políticas y bélicas y, por todo ello, es fundamental analizar el papel de estas clases a pesar del alto grado de

---

38 M. T. Pérez, Picazo, *La publicística española en la Guerra de Sucesión (Vol. I)*, C. S. I. C., Madrid, 1966, pp. 129 – 133.

39 *Ibidem*, pp. 146 – 205.

analfabetización presente.<sup>40</sup>

En ambos casos, entre los no privilegiados, fueron notorias las cartas enviadas a los personajes destacados de cada bando, bien sea en forma de apoyo o de burla. Un elemento característico de estas cartas fue la redacción en verso, que tuvo mucha popularidad desde el siglo XVI y otro aspecto que puede ser evidente, es la falta de erudición en todos los escritos propagandísticos de esta clase, ya que el analfabetismo, la desinformación y la nula formación académica no les permitía llegar al alcance intelectual que tenían los documentos analizados hasta ahora. Por esta última característica, tendieron a desarrollar argumentos con base sentimental, mítica e incluso heroica, para argumentar diferentes sucesos. En cuanto a los argumentos heroicos recién mencionados, fueron fundamentales para defender al candidato Borbón y el hecho de que durante la guerra se integrara en el frente de las tropas. En el caso de las defensas sentimentales, era evidente el desarrollo de la sensibilidad barroca del momento. Por lo tanto, en los folletos populares es habitual encontrar profecías o acontecimientos que reflejaran la preferencia divina hacia el candidato defendido; e incluso se llegó a hacer referencia a argumentos y causas astrales, lo cual evidencia la presencia de la superstición en la vida de las personas españolas de este periodo.<sup>41</sup>

El análisis hasta ahora presentado por clases, diferenciando nobleza, clases medias y clases bajas, es relativamente claro a la hora de diferenciar por territorios las preferencias, pero este no es el caso del clero español, por ello, a pesar de estar en el apartado del bando felipista, explicaré una visión general de este estamento y de su medio de propagación más utilizado, los sermones, que se convirtieron en medios de masas cuya finalidad principal era adoctrinar y establecer modelos de conducta y de conciencia, unos objetivos que fueron olvidados en el momento que comenzaron a defender la causa en la que creían. Estos sermones cumplían funciones importantes en momentos de transición del fallecimiento de un rey a la sucesión de su heredero y durante los conflictos bélicos, especialmente en los conflictos civiles y el uso de éstos como canales de propaganda política fue fundamental en la Guerra de Sucesión, un conflicto en el que convergen los dos tipos de acontecimientos y, por ello, tanto austracistas como felipistas lucharon por ganarse el favor divino.<sup>42</sup> El clero generalmente participó activamente por su elegido, pero se aprecia una mayor actividad en la causa austracista frente a la de los jesuitas, el clero secular y algunos obispos castellanos que

40 C. Borreguero, Beltrán, *Imagen y propaganda de la guerra en el conflicto sucesorio (1700 – 1713)*, Universidad de Burgos, 2003, pp. 96 – 99.

41 M. T. Pérez, Picazo, *La publicística española en la Guerra de Sucesión (Vol. I)*, C. S. I. C., Madrid, 1966, pp. 158 – 161.

42 F. Martínez Gil, *Los sermones como cauce de propaganda política: La Guerra de Sucesión*, Obradorio de Historia Moderna, nº 20, 2011, pp. 304 – 306.

optaron por Felipe V.<sup>43</sup>

Antes de comenzar con el análisis de dichos sermones, hay que entender que éstos se pronunciaban una sola vez y, aunque en muchos casos fueron reproducidos en textos impresos, hay que tener en cuenta que estaban creados para ser transmitidos de forma oral y no escrita y que en todo momento los predicadores, favorables a un bando y a otro, se mostraron como intérpretes de la voluntad de dios y árbitros de la conducta moral, culpando al bando contrario de las barbaries y excesos cometidos, a pesar de que en su facción se estuvieran llevando a cabo los mismos actos.<sup>44</sup> Por ello, siempre debemos tener una visión crítica y conocer los hechos y la sociedad que estudiamos.

Que la propaganda eclesiástica alcanzó su auge en la Guerra de Sucesión y no se le volvió a dar tal uso hasta la Guerra contra la Convención Francesa y la Guerra de la Independencia es un hecho<sup>45</sup>, pero también es necesario conocer que el flujo de dichos escritos y celebraciones publicitarias no fue siempre regular, de hecho Cristina Borreguero Beltrán<sup>46</sup> dividió dicho flujo en dos etapas, cuyo punto de inflexión estuvo marcado por la Batalla de Almansa, ya que tras cada victoria se explotaba propagandísticamente el acontecimiento, al contrario de los derrotados, que debían solicitar rogativas, oraciones, hombres y dinero.<sup>47</sup>

Tras el primer año de sermones fúnebres en honor al difunto Carlos II, en 1701, siendo coronado Felipe V, éste fue muy bien aceptado en el territorio catalán, consideraron que el candidato Borbón no solo era un heredero sano y fuerte, sino que éste tenía sangre española. Éstas referencias, al igual que la vinculación de Felipe como heredero al trono, con la continuidad pacífica de la alianza entre Francia y España, fueron argumento de muchos de los sermones del inicio de la primera década del siglo XVIII español. Sin embargo, la Gran Alianza de la Haya y el Tratado de Methuen, de 1703, consiguieron conducir el trono de Felipe V a su primera crisis.<sup>48</sup> Por lo tanto, debido a ésta alianza y a las victorias de Carlos III desde 1704, los escritos en favor de la causa borbónica vivieron un periodo de retroceso que se recuperó intensamente en 1707 tras la victoria en Almansa, gracias a la cual la causa francesa consiguió un gran alcance en la opinión pública y cuyo desarrollo fue

---

43 M. T. Pérez, Picazo, *La publicística ...*, p. 66. (Op. cit)

44 F. Martínez Gil, *Los sermones como cauce de propaganda política:...* p. 308. (Op. cit)

45 C. Borreguero, Beltrán, *Imagen y propaganda de la guerra en el conflicto sucesorio (1700 – 1713)*, Universidad de Burgos, 2003, p. 112.

46 *Ibidem*.

47 F. Martínez Gil, *Los sermones como cauce de propaganda política:...* p. 309. (Op. cit)

48 *Ibidem*, pp. 310 – 315.

redactado en una relación de acontecimientos por el propio Felipe V, relación que envió al Claustro de la Universidad de Salamanca. Dicho acontecimiento fue explotado por la causa borbónica constantemente por todas las vías propagandísticas, por ello la encontramos en grabados, pinturas, en predicación eclesiástica, acciones de gracias... convirtiéndose en un hito publicitario durante la Guerra, que podemos encontrar representado pictóricamente en “La Batalla de Almansa” de Ricardo Bacala (Figura, nº 6) o en la pintura homónima de Bonaventura Ligli, como pintor, y de Fillippo Pallota, como dibujante (Figura, nº 7). Este acontecimiento no fue el único clave para la propagada felipista, ya que las victorias en Brihuega y Villaviciosa, en el año 1710, supusieron un despliegue de publicística mucho mayor que el que se vivió tras la victoria en Almansa.<sup>49</sup>

Otro capítulo que fue explotado por la prédica de este bando fue la visión de la monja Gabriela de San José, relatada en una biografía sobre ella del año 1697, en la que Dios le advertía sobre la conveniencia de un príncipe de Francia para que rigiese, gobernase y asegurase la fe en la corona española.<sup>50</sup> La mayoría de los argumentos y los sermones siguieron apelando al apoyo divino incluso tras las derrotas en Almenara, Zaragoza y la ocupación de la corte por el candidato Austria en el año 1710, argumentando que todos esos obstáculos y la necesidad de abandonar la corte por parte de Felipe V, era una forma para poder descubrir a los traidores, al igual que hicieron en 1706. A pesar de este momento de crisis, durante la retirada, las tropas del archiduque fueron derrotados en Brihuega y Villaviciosa en el mes de diciembre, lo cual supuso una serie de consecutivos sermones durante las acciones de gracias, atribuyendo la victoria, de nuevo, al favor divino, incluso siendo al victoria de Brihuega el día 8, se atribuyó a la coincidencia con la festividad de la Concepción de la virgen María. De igual modo, los sermones no perdieron la oportunidad de culpar al ejército contrario de cometer sacrilegios, siendo esta una constante en la propaganda borbónica, en la que determinaban a los austriacos como herejes: “Los herejes extendían su furor a los templos e imágenes, haciendo de ellas escarnio,...”<sup>51</sup>. En base a estos argumentos se refleja cómo una guerra sucesoria se convirtió en una guerra santa contra dichos herejes, lo cual a su vez favorecía que el pueblo viera cómo Felipe V tenía ese favor de Dios tan buscado y utilizado como defensa, y que le permitió al monarca presentarse como un nuevo David, habiendo sido perseguido y por

49 C. Borreguero, Beltrán, *Imagen y propaganda de la guerra en el conflicto sucesorio (1700 – 1713)*, Universidad de Burgos, 2003, pp. 117 – 125.

50 F. Martínez Gil, *Los sermones como cauce de propaganda política: La Guerra de Sucesión*, Obradorio de Historia Moderna, nº 20, 2011, p. 315.

51 F. Manzaneda: *Sermón en la rogativa, que hizo la Real Congregación de Esclavos del soberano Nombre de María Santíssima de Belén, sita en la Parroquial de San Lesmes de la Ciudad de Burgos, Domingo 28 de Julio de este año de 1709, por nuestro santíssimo Padre Clemente XI, y por nuestro Cathólico Monarca Don Felipe Quinto, Rey de las Españas, y Emperador de las Indias*, Burgos, 1709.

último, consiguiendo al victoria, imagen todavía más acentuada tras esas victorias de 1710.<sup>52</sup>

En general, desde ambos bandos se establece una imagen de traidor ligada al enemigo y a todo aquel que conozca a éste y no lo denuncie, independientemente de la cercanía y el parentesco que se tuviera. De este modo se pueden encontrar, mayoritariamente en los folletos populares, normas y listas para descubrir a dichos enemigos. Además, dentro de esta pugna por la legitimidad fueron esenciales las genealogías de ambos candidatos, añadidas en muchos de los folletos. Gran parte del conflicto por dicha legitimidad se basó en la cercanía del parentesco con la casa que había perecido.<sup>53</sup>

#### Propaganda austriaca: ideas transmitidas, ejemplos, emisores y destinatarios,...

Frente al candidato finalmente victorioso, fue el Archiduque Carlos quien enfrentó la causa francesa y defendió su legitimidad como integrante de la dinastía Habsburgo, argumento que fue ampliamente resaltado por sus partidarios, apelando a la invalidez del testamento de Carlos II, ya que consideraban que un monarca no podía elegir su sucesión de forma libre, sino que tenía que respetar las tradiciones del reino y la casa al que éste pertenecía.<sup>54</sup>

De igual manera el aspirante a monarca se vio favorecido por el resentimiento español hacia el estado francés, al que acusaban de querer controlar y manipular la administración española asentando embajadores franceses que habían sido aleccionados por Luis XIV.<sup>55</sup> Sin embargo, la cuestión que mayoritariamente legitimaba a un postulante/pretendiente o a otro, fue el debate sobre la apertura de España hacia Europa,<sup>56</sup> debate que se alargó en el tiempo, llegando hasta la Guerra de la Independencia con un contexto muy diferente, pero que se puede equiparar a la postura de afrancesados y liberales y fernandinos.

Entrando en el análisis estamental de la defensa de Carlos, comenzó con la nobleza, la cual, por lo general tendió a defender el bando de los Austrias, ya que ésta dinastía se consideraba que había

52 F. Martínez Gil, *Los sermones como cauce de propaganda política:...*, pp. 324 – 329. (Op. cit.)

53 M. T. Pérez, Picazo, *La publicística española en la Guerra de Sucesión* (Vol. I), C. S. I. C., Madrid, 1966, pp. 249 – 250.

54 M. L. González Mezquita, *El poder de las palabras: Política y propaganda en la Guerra de Sucesión Española*. En: Europa en torno a Utrecht. M. Torres Arce y S. Truchuelo García (Eds.). Universidad de Cantabria, Santander, 2014, pp. 15.

55 H. Kamen, *La Guerra de Sucesión en España: 1700 – 1715*, Grijalbo, Barcelona, 1974, p. 123.

56 M. L. González Mezquita, *El poder de las palabras: ...*, p. 8. (Op. cit.)

optado siempre por consolidar el cristianismo y defender las costumbres y tradiciones, sin embargo, el candidato y la dinastía francesa suponían una amenaza reformista que perjudicaría a eclesiásticos y nobles. Por esta misma razón el Borbón fue apoyado por la población española que esperaba que el aperturismo trajera beneficios, sobre todo económicos, al grueso del pueblo.<sup>57</sup> De hecho, los nobles partidarios de Felipe, hacían referencia a la decadencia que vivía España y la comparaban con el lujo y la prosperidad de la corte de Versalles, consideraban que un cambio a un gobernador francés podría traer todo ello a España. También, en toda la publicística tanto española como no española, a favor del Archiduque, se hace referencia al deseo de Francia de conseguir una Monarquía Universal,<sup>58</sup> siendo el argumento más común en las críticas austracistas, la acusación a Francia y al Rey Luis XIV y, por tanto, a Felipe V, de querer convertir a España en una provincia francesa, mientras intentaban convencer al país de que le estaban otorgando un rey.<sup>59</sup>

En la publicación de folletos, la nobleza fue la clase social menos activa, tanto en calidad como en cantidad, debido a que su formación política e intelectual era escasa y porque su conciencia de clase, por la cual buscaban diferenciarse de los estamentos más bajos, no les permitía escribir folletos igual que el pueblo.<sup>60</sup>

En cuanto a las clases medias y bajas, teniendo en cuenta que eran más conservadoras debido a los privilegios que les otorgaban los fueros y que estos se hallaban en peligro por la candidatura de Felipe de Anjou, tendieron a apoyar la causa austracista. Además, en ambos estamentos, especialmente en Cataluña, consideraban que Carlos sería un monarca con menos potestad y autoridad que el candidato Borbón, lo cual era preferible para mantener su autonomía y sus privilegios.<sup>61</sup> A ello se le sumaba la preocupación por la posible competencia francesa en el ámbito comercial y el sistema centralista que representaba Luis XIV, promoviendo así el rechazo hacia Felipe V.<sup>62</sup> Además, en Valencia, Carlos consiguió adeptos prometiendo abolir el régimen señorial, al igual que consiguió el triunfo en Barcelona a finales del año 1705 y también ser nombrado rey en Zaragoza como Carlos III en junio de 1706. De este modo fueron dos años en los que la propaganda austracista se intensificó mucho, a diferencia del retroceso que vivieron los escritos en favor de Felipe V. En este caso las victorias también fueron representadas en imagen, como en el grabado

57 M. L. González Mezquita, *El poder de las palabras: ...*, p. 9. (Op. cit.)

58 M. T. Pérez, Picazo, *La publicística española en la Guerra de Sucesión (Vol. I)*, C. S. I. C., Madrid, 1966, p. 99.

59 C. Borreguero, Beltrán, *Imagen y propaganda de la guerra en el conflicto sucesorio (1700 – 1713)*, Universidad de Burgos, 2003, p. 117.

60 M. T. Pérez, Picazo, *La publicística española...pp. 95 – 96. (Op. cit.)*

61 *Ibidem*, p. 167.

62 *Ibidem*, p. 116.

“Ataque a Barcelona” de 1706, ubicado en el Archivo Histórico de la Ciudad de Barcelona.<sup>63</sup>

Por otra parte, el clero secular y regular de la corona de Aragón, en su mayoría, fundió la plata de las iglesias para apoyar financieramente al Archiduque y debido a esta participación tan fuerte del clero, muchos autores consideran que no solo fue una guerra civil, sino también religiosa.<sup>64</sup> También los sermones fueron un cauce que ayudó a difundir el modelo de valores basado en el catolicismo y en la lealtad a la dinastía Habsburgo y la legitimidad que ésta tenía<sup>65</sup>, argumento que fue utilizado también por la nobleza, que consideraba que los Habsburgo estaba representada por la rama del imperio y por la rama de la monarquía española y, por lo tanto, concluían y defendían que en caso de que faltara uno de esos representantes, el que debía gobernar era el otro.<sup>66</sup>

En el bando austracista los acontecimientos bélicos también marcaron el rumbo de los medios de difusión publicitarios. Así pues, fue fundamental el *Manifiesto de Évora*, publicado por el Archiduque Carlos desde Portugal, donde estaban asentados los aliados, los cuales tenían como nexo de comunicación con el Principado Catalán a Damstadt, comandante del ejército austriaco durante la guerra. Damstadt fue una figura clave para la proclamación de rey de Carlos en Barcelona, asimismo fue convertido en un personaje épico tras su muerte en la Batalla de Montjuic, en la cual consiguieron la victoria los austracistas, sirviéndoles para aumentar la producción de folletos en la zona de Barcelona, lo cual sirvió de ejemplo para otras ciudades que apoyaban la causa.<sup>67</sup>

Tras la derrota en Almansa, la propaganda austracista intentó ignorarla y apelar, al igual que habían hecho los felipistas, a que sus contrarios llevarían a cabo confiscaciones en los conventos y lugares religiosos, lo que supuso que buena parte del clero catalán comenzara a apoyar el austracismo, al igual que hizo el papa desde 1709, ya que nombró rey de España al Archiduque, lo cual supuso que Felipe V tuviera que hacer una rogativa a todo el reino, destacando, por ejemplo, la rogativa que se celebró en la parroquia de San Lesmes en Burgos<sup>68</sup>, donde acusaron al bando austracista de haber oprimido al papa Clemente XI y, por lo tanto apelaron a que éste fuera

63 C. Borreguero, Beltrán, *Imagen y propaganda....*, p. 115. (Op. cit.)

64 *Íbidem*, p. 112.

65 F. Negredo del Cerro, *La palabra de Dios al servicio del Rey. La legitimación de la Casa de Austria en los sermones del siglo XVII*. Criticón, 2002, p. 296.

66 M. T. Pérez, Picazo, *La publicística española en la Guerra de Sucesión (Vol. I)*, C. S. I. C., Madrid, 1966, p. 104.

67 R. M. Alabrus Iglesias, *La trayectoria de la opinión política en la España moderna*. Obradorio de Historia Moderna, nº 20, 2011, pp. 343 – 344.

68 F. Manzaneda: *Sermón en la rogativa, que hizo la Real Congregación de Esclavos del soberano Nombre de María Santíssima de Belén,...* (Op. cit.)

destituido de puesto<sup>69</sup>. Este último apoyo eclesiástico desde el Vaticano también provocó que la Santa Sede fuera en contra del considerado regalismo de los Borbones, lo cual significaba que los monarcas adquirían poderes en detrimento de la iglesia o el papa. Por otra parte, en cuanto a los folletos no eclesiásticos, tras la vuelta de Carlos a Viena por la muerte de su hermano en 1711, aumentaron las dudas entre los austriacos y el apoyo al Archiduque, sin embargo la consiguiente conquista de Cerdeña y la celebración de la boda de Carlos de Austria en la basílica de Santa María del Mar en la capital catalana, supuso que los folletos volvieran a apoyar intensamente la causa.<sup>70</sup>

Añadido la vuelta del apoyo al Archiduque, también hubo un nuevo impulso de la publicística austriaca tras las victorias de Almenara y Zaragoza, incluso se celebraron acciones de gracias. A pesar de ello el recibimiento del Archiduque en la Corte no gozó de aclamación popular, debido a las medidas que éste había tomado sobre expulsar a la nobleza de la capital y sobre imponer penas a todos los seguidores descubiertos de Felipe V. Además, a ello se sumaron las acusaciones heréticas hacia el bando de austriaco, en las que se les culpaba de haber robado grandes cantidades de objetos de valor de los lugares religiosos. Todo ello acabó provocando la retirada del Archiduque de la capital.<sup>71</sup>

Entre los austriacos, cabe destacar también, los que no confiaban en la alianza de la Haya, como se aprecia en la Carta que escribe un carbonero de Toledo al Señor Archiduque Carlos:

““De ingleses y portugueses, que ya se han hecho unos mismos, tampoco no se confie porque buscan su despeño.””<sup>72</sup>

Las propuestas austriacas continuaron incluso tras el fin de la guerra y del Tratado de Utrecht, como vemos con la convocatoria de la Junta de Brazos en Barcelona, o con el texto “Lealtad Catalana”, de carácter eclesiástico y que defendía que el asedio francés era un castigo divino, por lo que animaban a venerar a las figuras divinas y los santos para que la situación mejorara. También se difundieron folletos como “Crisol de la Fidelidad”, más vinculados al ámbito de la oficialidad y el ejército austriaco.<sup>73</sup>

69 F. Martínez Gil, *Los sermones como cauce de propaganda política: La Guerra de Sucesión*, Obradorio de Historia Moderna, nº 20, 2011, pp 321.

70 R. M. Alabrus Iglesias, *La trayectoria de la opinión política en la España moderna*. Obradorio de Historia Moderna, nº 20, 2011, p 345.

71 C. Borreguero, Beltrán, *Imagen y propaganda de la guerra en el conflicto sucesorio (1700 – 1713)*, Universidad de Burgos, 2003, pp. 123 – 124.

72 T. Egido, *Sátiras políticas de la España Moderna*, Alianza Editorial, Madrid, 1973, p. 206.

73 R. M. Alabrus Iglesias, *La trayectoria de la opinión....*, p, 346. (Op. cit.)

## Conclusiones

En definitiva, la guerra entre ambos bandos no solo se vivió en batalla física, con armas, sino que fue una batalla ideológica con palabras<sup>74</sup>, por lo que todos los textos escritos pueden entenderse como escritos de acción, ya que reflejaban la realidad que estaban protagonizando, de tal modo que los medios de comunicación, como por ejemplo los manifiestos, se convirtieron en vehículos para legitimar la difusión de ideas.<sup>75</sup> En buena parte, los argumentos de cada candidato no se basaron en su defensa, sino en el ataque a su enemigo, queriendo convertirse mutuamente a ojos del pueblo en enemigos del país.<sup>76</sup> Además, todas las diferencias que se pueden apreciar entre las regiones y las clases sociales solo reflejaban el escaso sentimiento de unidad y cohesión que existía en España tanto en el siglo XVII, como durante la Guerra.<sup>77</sup> Por otra parte, gracias al objetivo de ambos contrincantes, basado en ganarse el seguimiento del pueblo y la opinión popular a su favor, las víctimas mortales fueron escasas, por esto mismo la pérdida de los territorios europeos como consecuencia del conflicto, si bien se recibieron con dolor, también lo hicieron con alegría y aceptando el asentamiento de la dinastía Borbón en el trono.<sup>78</sup>

A nivel personal, una vez acabada la ardua labor de documentación, es notoria la victoria de Felipe V a la hora de encontrar información sobre el tema, ya que una amplia cantidad de obras están destinadas a éste y a los medios de difusión de ideas que mantuvo durante su reinado, a diferencia de los escasos análisis que se han dedicado exclusivamente a la publicística del Archiduque Carlos. Además, he de destacar la cantidad de documentación sobre los escritos, ya que, teniendo en cuenta el alto grado de analfabetismo, esperaba encontrar un mayor análisis de la propaganda visual, aunque, para mi sorpresa, estos han sido escasos.

En el caso de mi primera afirmación, considero que podría deberse a dos causas distintas, en primer lugar, a la resolución del conflicto, ya que la victoria de Felipe V es más que probable que influyera a la hora de conservar documentos escritos y propagandísticos, es decir, si la nueva dinastía borbónica quería asentarse y establecerse como la única legítima en el trono español, se puede plantear que se estableciera un proceso de eliminación de ideas favorables a la dinastía

74 M. T. Pérez Picazo, *La publicística española en la Guerra de Sucesión (Vol. I)*, C.S.I.C., Madrid, 1966, p. 22

75 M. L. González Mezquita, *El poder de las palabras: Política y propaganda en la Guerra de Sucesión Española*. En: Europa en torno a Utrecht. M. Torres Arce y S. Truchuelo García (Eds.). Universidad de Cantabria, Santander, 2014, pp. 16 – 19.

76 I. M<sup>a</sup>. Vicent López, *Felipe V y la Monarquía Católica durante la Guerra de Sucesión: una cuestión de “estilo”*, Espacio, Tiempo y Forma, Serie IV, H<sup>a</sup> Moderna, 1994, p 401.

77 M. T. Pérez Picazo, *La publicística española...,* p. 134. (Op. cit.)

78 C. Borreguero, Beltrán, *Imagen y propaganda de la guerra en el conflicto sucesorio (1700 – 1713)*, Universidad de Burgos, 2003, p. 128.

contraria, lo que conlleva no solo la represión de sus partidarios, algo presente en todas las posguerras ideológicas, sino también la eliminación de todos documentos que puedan ser susceptibles de libres interpretaciones y de redifusión de las ideas que se buscaban eliminar. En segundo lugar, considero que podría deberse al interés historiográfico que cada uno de los candidatos suscitó en la posterioridad, es comprensible que a la hora de hacer un estudio completo, la labor puede ser más amplia e interesante si te centras en un ganador que, además, se mantuvo como monarca por un largo periodo de tiempo y que estableció un cambio duradero de dinastía en un trono, pudiendo con ello hacer un análisis completo de consecuencias a largo plazo.

En cuanto a mi segunda afirmación, considero que la diferencia de cantidad de documentos escritos y visuales, a pesar del alto grado de analfabetismo, puede deberse a la facilidad de conservación de éstos y a la facilidad de acceso a ellos, es decir, con la llegada de la imprenta y los nuevos fundamentos de una sociedad que cada vez tenía más aptitudes basadas en la ciencia y el conocimiento, es de esperar que fuera más valorado tener escritos que grabados, estampas o cuadros, además de que éstos últimos estaban destinados a un pequeño círculo social elitista; por otra parte, al facilitar la accesibilidad a estos y a sus ideas, desde mi punto de vista, también puede haber sido clave para los historiadores, ya que acceder de forma ilimitada a elementos visuales no es muy común, a diferencia del estudio pautado que puedes hacer en un archivo de documentos escritos y, también, es más sencillo conocer y entender ideas en documentos escritos, ya que suelen estar plasmadas tal y como el emisor pretendía hacerlo, en el caso de las artes visuales, su estudio se basa en interpretaciones más o menos subjetivas, ya que si bien pueden estar basadas en principios iconográficos o estructurales de la época, sin la presencia de un escrito del propio autor, nunca se pueden asegurar su intenciones con exactitud completa.

Por otra parte, desde mi punto de vista, la propaganda durante este periodo acabó convirtiendo la guerra más en un conflicto religioso que en un conflicto político, idea que defiendo en base a el hecho de que los folletos reflejaban constantemente el significado divino que se le daba a cada acontecimiento, pero es algo más que comprensible, debido a que en la modernidad y durante los años de la guerra, la sociedad todavía era una sociedad ampliamente creyente, en la que la fe católica tenía una gran presencia en el día a día. Por lo tanto, los argumentos religiosos fueron la mejor baza que ambos bandos podían jugar, ya que los lazos familiares eran legítimos en ambos casos; militarmente, los dos candidatos acumulaban las fuerzas suficientes para enfrentarse a combates físicos y políticamente, los dos candidatos habían llevado a cabo acciones y decisiones que el pueblo español podía reprochar, pero también otras que se podían reconocer positivamente.

Finalmente, en cuanto al papel que la propaganda tuvo en el desenlace del conflicto, debemos tener en cuenta en todo momento que los medios de comunicación no se acercaban a los que conocemos actualmente, estaban en el inicio de su desarrollo y los lectores de dichos medios eran escasos. Ante esto, a nivel de opinión pública, fueron mucho más influyentes los medios orales, como los sermones o las acciones de gracias y las festividades o celebraciones que se hacían en honor a las victorias, ya que con estos medios la población podía participar y sentirse parte de la decisión y de la disputa.

**Anexo:**

Figura n° 1.<sup>79</sup>

Portada “Gaceta de Madrid”, publicación del Martes, 27 de abril de 1700, nº 17.



Figura, n° 2.<sup>80</sup>



Figura, n°3: Grabado de empresa



79 Boe.es. 2022. *BOE.es - Documento de Gazeta* . [en línea] Disponible en:  
[https://www.boe.es/diario\\_gazeta/comun/pdf.php?p=1700/04/27/pdfs/GMD-1700-17.pdf](https://www.boe.es/diario_gazeta/comun/pdf.php?p=1700/04/27/pdfs/GMD-1700-17.pdf)

80 Bne.es. 2022. *Biblioteca Nacional de España*.. [en línea] Disponible en:  
[http://www.bne.es/es/Micrositios/Guias/MujeresImpresoras/Siglo\\_XVI-XVII/Selección de Impresoras/Siglo\\_XVI/Madrid/](http://www.bne.es/es/Micrositios/Guias/MujeresImpresoras/Siglo_XVI-XVII/Selección de Impresoras/Siglo_XVI/Madrid/)

Figura, nº 4:<sup>81</sup>



Fig. 27: Onza de Felipe V (España)<sup>82</sup>

Figura, nº 5:



“El retrato de Felipe V, primer Borbón que ocupó el trono español, muestra al monarca en la última fase de su vida comenzó a reinar en 1700 y falleció en 1746-. Aparece caracterizado con armadura completa, sosteniendo en la mano izquierda el bastón de mando que, a manera de cetro, lleva grabados los castillos y leones heráldicos así como la flor de lis de la dinastía Borbón.”<sup>82</sup>

81 2022. [en línea] Disponible en: <<https://www.cronistasoficiales.com/?p=119702>>

82 Museodelpardo.es. 2022. *Felipe V. rey de España - Colección - Museo Nacional del Prado* . [online] Disponible en:

Figura, nº 6:

“La Batalla de Almansa”, Ricardo Balaca, 1862, Museo Nacional del Prado (Foto: web MNP)



Figura, nº 7:

La Batalla de Almansa”, Bonaventura Ligli como pintor (1709) y Filippo Pallota como dibujante (1707) ya que éste estuvo en combate. El cuadro fue encargado por Felipe V en 1709 y se encuentra actualmente en el Museo Nacional del Prado. (Foto: web MNP)



## Bibliografía

- C. Borreguero Beltrán: *Imagen y propaganda de la guerra en el conflicto sucesorio (1700 - 1713)*, Universidad de Burgos, 2003.
- D. García Hernán: *Guerra, propaganda y cultura en la monarquía hispánica: la narrativa del siglo de oro*. Obradorio de Historia Moderna, nº20, 2011.
- D. González Cruz: *Propaganda y mentalidad bélica en España y América durante el siglo XVIII*, Ministerio de Defensa, 2007.
- F. Bouza: *La propaganda en la Edad Moderna española: Medios, agentes y consecuencias de la comunicación política*, en Mª. J. Pérez Álvarez y L. M. Rubio Pérez (eds.): *Campo y campesinos en la España Moderna. Culturas políticas en el mundo hispano*. León, Fundación española de la Historia Moderna, 2012.
- F. Manzaneda: *Sermón en la rogativa, que hizo la Real Congregación de Esclavos del soberano Nombre de María Santíssima de Belén, sita en la Parroquial de San Lesmes de la Ciudad de Burgos, Domingo 28 de Julio de este año de 1709, por nuestro santíssimo Padre Clemente XI, y por nuestro Cathólico Monarca Don Felipe Quinto, Rey de las Españas, y Emperador de las Indias*. Burgos, 1709.
- F. Martínez Gil: *Los sermones como cauce de propaganda política: La Guerra de Sucesión*, Obradorio de Historia Moderna, nº 20, 2011.
- F. Negredo del Cerro: *La palabra de Dios al servicio del Rey. La legitimación de la Casa de Austria en los sermones del siglo XVII*. Criticón, 2002.
- I. Castro Rojas: *Comercio y cultura en la Edad Moderna: Papeles efímeros en la difusión de la información oficial en la temprana edad moderna. Una propuesta de estudio*. Reunión científica de la fundación española de la Edad Moderna, Universidad de Sevilla, 2015.
- I. Mª. Vicent López: *Felipe V y la Monarquía Católica durante la Guerra de Sucesión: una cuestión de “estilo”*, Espacio, Tiempo y Forma, Serie IV, Hª Moderna, 1994.
- J. A. Sánchez López: *Imago Imaginis. Un ejemplo de propaganda visual bajo las ópticas popular y culta*. Baetica, Málaga, 1995.
- J. C. Lozano López: *La cultura simbólica en el Barroco: el recurso a lo simbólico, reflexiones sobre el gusto II*, Universidad de Zaragoza.
- J. Contreras: *Carlos II el Hechizado: Poder y melancolía en la corte del último Austria*, Temas de Hoy, Madrid, 2003.

**-J. de Santiago Fernández:** *Imagen del poder en la moneda moderna.. Moneda, escritura y poder: comunicación, publicidad y memoria.* Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

**-H. Kamen:** *Felipe V, el rey que reinó dos veces,* Temas de Hoy, Madrid, 2000.

**-M. L. González Mezquita:** *El poder de las palabras: Política y propaganda en la Guerra de Sucesión Española.* En: Europa en torno a Utrecht. M. Torres Arce y S. Truchuelo García (Eds.). Universidad de Cantabria, Santander, 2014.

**-M. T. Pérez, Picazo:** *La publicística española en la Guerra de Sucesión (Vol. I),* C. S. I. C., Madrid, 1966.

**-T. Egido:** *Sátiras políticas de la España Moderna,* Alianza Editorial, Madrid, 1973.

**-P. Ruiz Torres:** *Historia de España: Reformismo e Ilustración (Volumen 5),* Josep Fontana y Ramón Vallares (Directores), Crítica, Marcial Pons, Madrid, 2007.

**-R. J. López:** *Poder, imagen, opinión pública y propaganda en la Edad Moderna,* Obradorio de Historia Moderna, nº20, 2011.

**-R. M. Alabrus Iglesias,** La trayectoria de la opinión política en la España moderna. Obradorio de Historia Moderna, nº 20, 2011.

## Webgrafía

- Boe.es. 2022. *BOE.es - Documento de Gazeta*. [en línea] Disponible en: <[https://www.boe.es/diario\\_gazeta/comun/pdf.php?p=1700/04/27/pdfs/GMD-1700-17.pdf](https://www.boe.es/diario_gazeta/comun/pdf.php?p=1700/04/27/pdfs/GMD-1700-17.pdf)>
- Bne.es.2022. *Biblioteca Nacional de España..* [en línea] Disponible en: <[http://www.bne.es/es/Micrositios/Guias/MujeresImpresoras/Siglo\\_XVI-XVII/Selección de Impresoras/\\_Siglo\\_XVI/Madrid/](http://www.bne.es/es/Micrositios/Guias/MujeresImpresoras/Siglo_XVI-XVII/Selección_de_Impresoras/_Siglo_XVI/Madrid/)>
- 2022. [en línea] Disponible en: <<https://www.cronistasoficiales.com/?p=119702>>
- Museodelpardo.es. 2022. *Felipe V, rey de España - Colección - Museo Nacional del Prado .* [online] Disponible en: <<https://www.museodelprado.es/colección/obra-de-arte/felipe-v-rey-de-espaa/90490aaa-c9fa-412e-ad4a-059107d57b8a>>