LINAJES DE AGUDA INVENCIÓN FIGURADA: LAS EMPRESAS[1]

SAGRARIO LÓPEZ POZA

UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Antes de comenzar mi exposición quiero justificar el título, que puede parecer algo chocante. Se basa en las definiciones que hacen los teóricos del conceptismo del siglo XVII, que consideran las empresas –y otros símbolos– como *agudezas*. Emanuel Tesauro, describe la empresa así:

> La empresa es una agudeza que significa un concepto heroico por medio de alguna simbólica figura[2].

y para Baltasar Gracián, las empresas forman parte de la agudeza de artificio mayor (es decir, compuesta), de invención o figurada, y entre los linajes que descienden de ésta, es el género más sublime:

> Corta esfera le parece a la fecunda invención la de palabras y de escritos cuando pide prestados a la pintura sus dibujos para exprimir sus conceptos, que es otro linaje de aguda invención, y puede llamarse figurada, por jeroglíficos, emblemas y empresas. Fúndanse también en la semejanza del sujeto figurado con el término que se pinta y sustituye, y podemos llamar el figurante. El más

1. Este trabajo se inscribe en el proyecto de investigación y desarrollo tecnológico cofinanciado por el Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (I + D), Ministerio de Eduación y Ciencia de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER): "Biblioteca Digital Siglo de Oro II: Relaciones de sucesos, Polianteas y fuentes de erudición en la Edad Moderna (catalogación, digitalización y difusión vía Internet)", código: HUM2006-07410/FILO.

2. Ver "Idea de la agudeza heroica, vulgarmente llamada empresa", cap. XV de *Il cannocchiale aristotélico* (Venecia, 1655), trad. de Miguel de Sequeiros, O.S.A., (1741); en especial el "Epílogo de las tesis y definición de la perfectísima empresa".

sublime género es el de las empresas, su mismo nombre las define, y dice que se inventaron para exprimir los empeños del valor[3].

Los dos tratadistas retóricos del siglo XVII citados se ocupan de la empresa desde un punto de vista fundamentalmente estético, lejos ya de los intereses éticos de quienes ideaban empresas en los orígenes del género. Entre el momento en que escriben Tesauro y Gracián, hacia mediados del siglo XVII, y el nacimiento y descendencia de larga estirpe de las primeras formas de empresa se habían producido mudanzas de importancia sobre las que pretendo reflexionar aquí.

Sorprende advertir que, a pesar del interés que tiene el conocimiento del género de las empresas para la cabal comprensión de las mentalidades del Renacimiento y el Barroco, no han abundado los estudios sobre ellas entre los interesados por la emblemática. Al trabajo inicial de Robert Klein[4], de 1903, siguieron los de Mario Praz[5], y Gombrich[6]; hasta 1990 no se publicó la monografía de Bregoli-Russo[7], y sólo recientemente ha habido dos aportaciones importantes: el libro de Armando Maggi[8] y el notable trabajo de Dorigen Caldwell[9].

Mi intención es presentar una reflexión sobre las transformaciones de las empresas en función de quiénes sintieron la necesidad de ostentarlas, quiénes las ideaban, qué esperaban al mostrarlas, los distintos soportes… Ello me llevará por veredas que recorren el origen del género, las peculiaridades de su uso y la expansión con la imprenta.

Antes de que Paolo Giovio escribiera su *Dialogo dell'imprese militari e amorose* en 1551, el tratar sobre las empresas nunca había sido motivo de obras eru-

3. Baltasar Gracián, *Agudeza y arte de ingenio*, discurso LVII, ed. Luis Sánchez Laílla, *Obras completas*, Madrid, Espasa Calpe, 2001, p. 756.

4. Robert Klein, "La letteratura delle imprese e la fortuna di esse nel '500", en *Salza* (1903), pp. 202-252, y más tarde "La Théorie de l'expression figurée dans les traités italiens sur les *Imprese*, 1555-1612", en *Bibliothèque d'Humanisme et Renaissance*, 19 (1957), pp. 320-341.

5. Mario Praz, *Studies in Seventeenth-Century Imagery*, 2 vols. London, The Warburg Institute and University of London, 1939-1947.

6. Erns H. Gombrich, "Icones Simbolicae", en *Symbolic Images*, London, Phaidon Press, 1972, pp. 123-195.

7. Mauda Bregoli-Russo, *L'impresa come ritrato del Rinascimento*, Nápoles, Loffredo, 1990.

8. Armando Maggi, *Identità e impresa reinascimentale*, Ravenna, Longo Editore, 1998.

9. Dorigen Caldwell, "Studies in Sixteenth-Century Italian «Imprese»", *Emblematica. An Interdisciplinary Journal for Emblem Studies*, 11 (2001), pp. 1-257, y *The Sixteenth-Century Italian Impresa in Theory and Practice*, New York, AMS Press, 2004.

ditas; formaban parte de la cultura oral y del arte efímero, como podemos deducir de lo dicho en dos libros que son fuente de primera mano de la cultura social e intelectual del siglo XVI. Los dos se titulan de igual manera: *El Cortesano*; uno lo escribió el español Luis de Milán y describe los pasatiempos de la corte valenciana del duque de Calabria, y el otro, más conocido, lo escribió Baltasar de Castiglione, al describir las diversiones de la corte de Urbino. El testimonio tomado de este último deja claro que la invención de empresas era materia de conversación,

> *Ma lassando questo, dico che consuetudine di tutti i gentilomini della casa era ridursi súbito dopo cena alla signora Duchessa; dove, tra l'altre piacevoli feste e musiche e danze che continuamente si usavano, talor si proponeano belle questioni, talor si faceano alcuni giochi ingeniosi ad arbitrio or d'uno or d'un altro, ne' quali sotto varii velami spesso scoprivano i circonstanti allegoricamente i pensier sui a chi piú loro piaceva. Qualche volta nasceano altre disputazioni di diverse materie, o vero si mordea con pronti detti; spesso si faceano imprese come oggidì chiamiamo*[10].

Hay que tener en cuenta que Castiglione publica *Il libro del cortegiano* en 1528[11], antes de que el género de los emblemas haya producido la primera obra: el *Emblematum liber* de Alciato. Es interesante, pues, constatar que en Italia las empresas son un género bien definido en esa fecha –e incluso antes, pues la obra de Castiglione circuló manuscrita algún tiempo–. De todos modos, el reconocimiento como género debe de ser reciente, de otro modo no tendría sentido que Castiglione apostillara "faceano imprese come oggidì chiamiamo". Como en tantas otras modalidades genéricas, primero existen, y más tarde se les pone un nombre y son reconocidas por él.

No todos los países europeos reconocen ese género en esas fechas del primer cuarto del siglo XVI. Por esa razón, cuando Juan Boscán traduce el libro de Cas-

10. Baldassare Castiglione, *Il libro del cortegiano*, ed. Vittorio Cian, Firenze, Sandoni, 1947.

11. *Il libro del cortegiano, del conte Baldesar Castiglione*, In Firenze, per li heredi di Philippo di Giunta, 1528, en tamaño 8º. Otra edición, pero en tamaño folio, se hizo en ese mismo año: In Venetia, Nelle case d'Aldo Romano, & d'Andrea d'Asola suo suocero, 1528.

tiglione al español (se publica en 1534) omite la última parte de esta frase citada. Es decir, entre los cortesanos españoles se intercambian motes, pero Boscán parece no considerar entre los pasatiempos de la nobleza que él conoce el de inventar empresas.

> Pero, dexando esto, digo que la costumbre de los caballeros de aquella casa era irse luego, después de haber cenado, para la Duquesa, adonde, entre otras muchas fiestas y músicas que continuamente allí se usaban, algunas veces se proponían algunas sotiles quistiones y otras se inventaban algunos juegos ingeniosos, a la voluntad agora del uno y agora del otro, con los cuales los que allí estaban enamorados descubrían por figuras sus pensamientos a quien más les placía. Alguna vez se levantaban disputas de diversas cosas o se atravesaban motes entre algunos. [Boscán omite en su traducción: *spesso si facevano imprese, come oggidì chiamiamo*, es decir, "a menudo se hacían empresas, como hoy día decimos"]...[12]

Lo mismo se desprende de la lectura de *El cortesano* del noble don Luis de Milán, escrita en la corte de Valencia de los duques de Calabria, publicada en 1561, pero que refleja hechos y costumbres de bastante antes (el duque murió en 1550, y las damas cortesanas le habían encargado el libro a Milán en 1535). Entre las costumbres cortesanas que describe de la primera mitad del siglo XVI no se incluye idear empresas. Sí que está la de motejar, que es lo que Boscán reconoce también en su traducción[13].

En Italia parece, pues, que hubo una larga tradición antes de que la imprenta certificase y propagase la cultura de la empresa como género. En la posdata de una carta escrita en 1510 al Cardenal Ippolito d'Este, Pietro Bembo dice:

12. Versión española de Juan Boscán del libro de Baldasare Castiglione: *Los quatro libros del Cortesano*, Barcelona, Pedro de Montpezat, 1534. Ver edición de Mario Pozzi, Madrid, Cátedra, 1994.

13. Lluís de Milá, *El cortesano*, edició a cura de Vicent Josep Escartí; estudes introductoris de Vicent Josep Escartí i Antoni Tordera, Valencia, Biblioteca Valenciana / Ajuntament de València / Universitat de València, 2001 (2 vols.).

> He pensado algo en relación con vuestra Empresa; pero este es un asunto más para la discusión que para escribir sobre él[14].

Tanto el inventor de la empresa como su descifrador son recompensados por la oportunidad de mostrar todo su ingenio en público. Para ello se requería que el círculo reunido compartiese una misma cultura y lecturas, pues a menudo los motes de las empresas se componían tomando un fragmento de un verso, y por eso era preciso, para comprender bien su sentido, estar al tanto del contexto de donde partía el mensaje. Así lo indica Ruscelli en su *Discorso*, que en la última recomendación sobre cómo crear la perfecta empresa, sugiere que el mejor mote es el que se crea tomando una o dos palabras de un autor famoso, dejando que el que ve la empresa reconstruya el resto del verso para completar el sentido[15].

Así actúa, por ejemplo, Pietro Bembo, que en una carta a su enamorada Maria Savorgnan, en 1500, cita parte de un verso de Petrarca (*Canzoniere* I, XC) –*Et se non fosse hor tale*– y dibujó una paloma con el corazón sangrando sobre el mote: *Non sana*, las dos palabras últimas del soneto. La imagen y el lema forman juntas una empresa[16]. Se supone que Maria, la destinataria, reconocería el verso y completaría las palabras que faltan: *piaga per allentar d'arco non sana*. Petrarca describía el cabello de la amada, que relumbraba al sol, describe su contoneo al moverse, su voz… Le parece más que humana, un ángel, un vivo sol, un no sé qué del cielo… y termina:

uno spirto celeste, un vivo sole
fu quel ch'i' vidi; e se non fosse or tale,
piaga per allentar d'arco non sana

14. Pietro Bembo, *Lettere,* edizione critica a cura di Ernesto Travi, Bologna, Commissione per i testi di lingua, stamp., 1990-1993, 4 vols., I, 38: "Io avea pure pensato non so che sopra le imprese di V. Rma. S. Ma sono cose più tosto da ragionare che da scrivere". (Apud Caldwell, 7 n. 18 –traducción mía–).

15. *Ragionamento di mons. Paolo Giouio sopra i motti, e disegni d'arme, e d'amore, che communemente chiamano imprese. Con un discorso di Girolamo Ruscelli intorno allo stesso soggetto... Discorso... intorno all'inventioni dell'imprese, dell'insegne, de motti e delle livree*. In Venetia, appresso Giordano Ziletti, all'insegna della stella, 1556.

16. Fondo Borghese del Archivo Vaticano, ser. II T 449, f. 76 v, reproducido por Caldwell, *Op. Cit.*, p. 7.

un vivo sol, un no sé qué del cielo...
Y aunque algo menos fuera (que no creo),
no porque el arco afloxe llaga sana[17].

Y aunque algo menos fuera –la hermosura de Laura–, la llaga no sana, pues lo que importa es la percepción subjetiva del amante sufriente, cómo percibe él esa belleza.

Se advierte, pues, que desde muy temprano, la empresa se empleó no sólo para expresar una aspiración heroica de quien la llevaba, sino también como medio de comunicación amorosa.

Ostentar los colores, las empresas bordadas por la dama o las propias del enamorado era una demostración pública de pertenecerle, y eso preocupaba a los moralistas, que no dejan de advertir en los tratados de educación sobre lo peligroso de esa actitud para la reputación de las mujeres.

En una obra del siglo XVI, que no llegó a ser publicada (*Libro Primero del Espejo de la Princesa Christiana)* de Francisco de Monzón[18], nos interesa especialmente lo que el autor, capellán y predicador del rey Juan III de Portugal, catedrático de Teología en la Universidad de Coimbra, indica a la princesa respecto a las empresas:

> Contra las mugeres que deeren o truxeren empresas: o aceceptasen fiestas por su serviçio y amor
>
> Tanto con esta ley debria la virtuosa prinçesa christiana de hazer otra: que vedase a las mugeres nobles y virtuosas que no truxesen empresas, porque es una señal de auer vendido y dado su castidad a aquel hombre cuya es y por cuyo amor la traen; que aunque todos los dones que resciba sean combates de su vir-

17. Traducción que publicó el portugués Enrique Garcés en 1591 (*Los sonetos y canciones del Poeta Francisco Petrarcha*, Madrid). Esta traducción fue editada por A. Prieto: *Francesco Petrarca, Cancionero*, introducción y notas de Antonio Prieto; cronología y bibliografía de María Hernández Esteban; traducción de Enrique Garcés (siglo XVI), Barcelona, Planeta, 1985. Corrijo la errata: "llega" por "llaga".

18. José Manuel Marqués da Silva realizó como tesis de licenciatura una edición de la obra en 1997: *«Libro Primero del Espejo de la Princesa Christiana» de Francisco de Monzón. Imagens da Princesa e da Dama na Corte modelar de D. João III*, Porto, ed. do Autor, 1997.

tud, y obligacion para dar su persona a trueco de ellos, pero los que se traen por empresas, que son unas joyas que le dio su amado para que trayga por su amor, dan cierto testimonio de averle entregado su castidad por voluntad o por obra; porque estas no se traen sino en parte donde se vean continuamente, para que representen a la memoria a la persona que las dio, de cuya noticia se engendra un amor con que le ama y le desea presente en sí misma; como le tiene en su don, y por amarle viene a que estime qualquier joya o don que le de en mucho. [...]

Como lo es tambien acceptar que por su servicio y contemplacion les den musicas y corran toros, jueguen cañas y ordenen justas y torneos, ynventen otros géneros de fiestas, que como son señales del amor de los que las hazen son alcahuetes y medianeros que atraen la voluntad de la amada, que en agradescimiento de aquellos servicios y trabajos ame a quien la amaba y consienta en qualquier demanda que le pidieren aunque sea contra su honestidad y honrra. Por donde las virtuosas mugeres zelosas de su fama y virtud, deben de huir de no dar consentimiento en que publiquen sus vanos deseos los que dizen que las aman con estos juegos y asomadas publicas...

(Monzón, *Libro primero del espejo de la princesa christiana*, ms. s. XVI, ff. 231b-233a).

Lo que parece que se inició como parte de una cultura caballeresca imbricada en una larga tradición militar ya practicada en la Antigüedad, de la que nos quedan testimonios de los clásicos, pasó a comienzos del siglo XVI a formar parte de diversiones sociales en cortes, salones, torneos, fiesta pública, lo que produjo no sólo un considerable desarrollo del género, sino un paulatino desplazamiento de la finalidad heroica y ética transmitida en las empresas militares hacia un predominio de la función de ostentación, pompa, magnificencia.

MANERAS DE OSTENTAR LAS EMPRESAS

Desde la antigüedad griega, los poetas dejaron descripciones del empleo que hacían los guerreros de imágenes pintadas o grabadas en sus escudos (Homero, Esquilo, Pausanias...). A ese primer modelo griego y militar le siguen en Roma

los *deigmata* o signos de reconocimiento (el águila o el minotauro) pintados sobre los escudos de los soldados más humildes. Emanuele Tesauro precisa al definir la *perfectísima empresa*:

> Este heroico símbolo tuvo por verdadera patria los *escudos de los héroes*, de donde Plinio II llama perversa sutileza de los gramáticos andar fantaseando y buscando la razón por que el escudo se llama *clypeus a cluendo*, esto es, del lustre del limpio acero, viniendo de *Glypton*, que significa figurada escultura. Y en los tiempos pasados no tenía gloria alguna el soldado que traía el *escudo blanco*, esto es, no aún señalado con algún símbolo que representase a una empresa suya. De suerte que la voz *scutum* es diversa de la voz *clypeus*, porque estos estaban vestidos de alguna empresa y los otros desnudos. Conviene, pues, saber cómo fueron llamadas aquellas *figuras de los escudos* por los *griegos*, *latinos*, *italianos y franceses* y, por consiguiente, de las *insignias*, de las *cotas de malla*, de los *cimeros y sellos* (que eran sacados de los escudos, como copias del original) porque aquel será el verdadero nombre de la empresa[19].

Así se refleja todavía en *El Quijote* de Cervantes en 1605:

> [...] Pero vuelve los ojos a estotra parte, y verás delante y en la frente de estotro ejército al siempre vencedor y jamás vencido Timonel de Carcajona, príncipe de la Nueva Vizcaya, que viene armado con las armas partidas a cuarteles, azules, verdes, blancas y amarillas, y trae en el escudo un gato de oro en campo leonado, con una letra que dice: «Miau», que es el principio del nombre de su dama, que, según se dice, es la sin par Miulina, hija del duque Alfeñiquén del Algarbe; el otro, que carga y oprime los lomos de aquella poderosa alfana, que trae las armas como nieve blancas, y el escudo blanco y sin empresa alguna, es un caballero novel, de nación francés, llamado Pierres Papín, señor de las baronías de Utrique... (*Quijote*, I, 18).

19. Emanuele Tesauro, "Idea de la Agudeza heroica, vulgarmente llamada Empresa", cap. XV de *Il Cannochiale Aristotelico*, *Ed. Cit.*

Cervantes alude en varias ocasiones a la costumbre de que los caballeros noveles no puedan ostentar empresa alguna en el escudo, que deben llevarlo en blanco para indicar que no han obtenido todavía gloria[20].

La cultura caballeresca (la real y la adornada por la imaginación de los escritores de novelas de caballerías, que a su vez influyen en los propios caballeros) desarrolla el uso de blasones, divisas y empresas en los comienzos del siglo XVI, aunque hay testimonios anteriores. Los caballeros, al llevar sus rostros ocultos por el yelmo, eran irreconocibles, por lo que en su deseo de hacerse conocer, de que los espectadores de un torneo o juegos como el de la *sortija*, supieran sin la menor duda quién era quién, recurrieron a ostentar distintos colores en sus cimeras, a exhibir divisas bordadas en la ropa y en las gualdrapas de sus caballos y pintar, bien visibles, sus empresas en sus escudos.

Las adargas eran unos escudos especialmente apropiados para ostentar empresas pintadas. Estaban hechas de cuero, de piel de vaca, o de otro animal con pellejo resistente. Su origen se remonta al siglo XIII y las introdujeron en España las tropas musulmanas, que usaban estos escudos para hostigar al enemigo en una táctica de guerra denominada "torna-fuye", que consistía en hacer acometidas y retiradas constantes arrojando lanzas ligeras. La función de la adarga era esquivar el golpe, no pararlo. Cuando los Reyes Católicos consiguieron la rendición nazarí, los caballeros de la corte española se divertían en lo que se llamó *juego de cañas*, ficción de combate que se convirtió en una de las diversiones cortesanas de más aceptación hasta mediados del siglo XVII. En los juegos de cañas se enfrentaban dos equipos que usaban adargas, simulaban rápidas acometidas y retiradas y lanzaban cañas. Uno de los equipos debía recrear la indumentaria y los arreos de la época musulmana.

En la Armería del Palacio Real de Madrid se conserva un ejemplar singular de una adarga que fue enviada desde México a Felipe II entre 1572-1598 [Fig. 1]. No se sabe si fue un regalo virreinal. En sus cuarteles, el escudo representa las principales victorias conseguidas sobre el Islam: la batalla de las Navas de Tolosa, con Alfonso VII (1212), la conquista de Granada por los Reyes Católicos (1492), la expedición a Túnez de Carlos V (1535) y la Batalla de Lepanto

20. *Ense leuis nudo parmaque inglorius alba;* Verg., *Buc.* 9.548.

Además del empleo de escudos adornados con empresas en juegos de corte donde realmente se libraban luchas, aunque fueran ficticias, también se emplearon para disfraces de mascaradas, como el dibujo que se conserva de Iñigo Jones para las fiestas del Principe Henry de Inglaterra en Whitehall en 1610. El disfraz era de un caballero vestido *a la antigua*, con un escudo en que ostentaría su empresa[23] [Fig. 3].

Otro lugar donde advertimos los inicios de la cultura de la empresa es en las cimeras de los blasones, bordadas o pintadas. De este tipo de procedimiento la literatura aporta mucha información. Manuel Moreno, de The University of Liverpool, está trabajando en un proyecto de elaboración de un corpus de las divisas, letras y cimeras en los cancioneros castellanos, novela sentimental y cronicas, en torno a los años 1450-1550. Hay otros proyectos sobre ello, como el de Joaquín González Cuenca *Primera rebusca de letras y cimeras de justadores* (recopilación, edición y estudio de obras de este género menor de los cancioneros), Ian Macpherson que, no hace mucho, editó el grupo de letras y cimeras del *Cancionero general*, Jonh Gornall en varios estudios, y no cito los relativos al campo de la *Ficción sentimental*, romances, etc. que están dando también su fruto.

Pero el interés es mayor cuando se suma la imagen a la letra, como ocurre en los dibujos que nos dejó Gonzalo Fernández de Oviedo para su obra *Batallas y Quincuagenas*, largamente olvidada en su forma manuscrita, pero felizmente disponible ahora en edición de Juan Pérez de Tudela y Bueso[24]. Juan Bautista Avalle-Arce ya se interesó hace tiempo por la obra de Fernández de Oviedo[25], no sólo por los datos históricos que aporta, sino porque incluye más de trescientas letras, con sus descripciones de las cimeras y con casi un centenar de dibujos

23. James M. Saslow, *The Medici Wedding of 1589: Florentine Festival as Theatrum Mundi*, New Haven, London, Yale University Press, 1996.

24. *Gonzalo Fernández de Oviedo*: *Batallas y Quincuagenas*, transcripción de José Amador de los Ríos y Padilla, prólogo y edición de Juan Pérez de Tudela y Bueso, Madrid, Academia de la Historia, 1983-2002 (4 vols.).

25. J. B. Avalle-Arce ha realizado, aparte de la edición del manuscrito de Salamanca de *Batallas y Quincuagenas*, varios estudios sobre la personalidad de González de Oviedo: "Dos preocupados del Siglo de Oro", *Anuario de Letras*, 13 (1975), pp. 113-163; "Fernández de Oviedo, biógrafo inédito. Muestras de una edición", *Anuario de Letras*, 18 (1980), pp. 117-163.

del propio Fernández de Oviedo para ilustrar una parte de ellas[26]. También es de gran interés que explica en varios lugares de la obra cómo se ha de componer una letra y cimera, y da claves para entenderlas.

A Fernández de Oviedo se le conoce principalmente como historiador de Indias, por su magna obra *Historia general de Indias*, que quedó inacabada, pero que tuvo enorme interés en los siglos XVI y XVII y fue traducida al francés y al italiano. Pero a nosotros nos interesan más otras obras suyas a las que apenas se ha dado importancia. Aparte de una novela de caballerías que dedicó al duque de Calabria: *Claribalte*, que se publicó en Valencia en 1519 y que da información rica sobre los valores de la caballería a comienzos del siglo XVI, escribió un precioso tratadito *Oficios de la Casa Real de Castilla*, o *Libro de la Cámara del príncipe don Juan*[27], cuyo ms. original está en El Escorial. También escribió un *Libro primero del blasón*, comienzo de un tratado de heráldica[28]. Hemos de tener en cuenta que la genealogía y la heráldica cobran un vigoroso impulso en España en la segunda mitad del siglo XVI; hay escasas contribuciones anteriores a esa fecha, y podemos decir que Fernández de Oviedo fue en ese sentido un adelantado.

Gonzalo Fernández de Oviedo tuvo una vida riquísima de experiencias. Había nacido en Madrid en 1478, de origen asturiano y noble, y tuvo el privilegio de coincidir con muchos e importantes señores renacentistas. Aún niño entró al servicio de Alonso de Aragón duque de Villahermosa, "que me crió y al cual yo servía antes que sirviese al Príncipe D. Juan". Este Don Juan al que alude es el hijo de los Reyes Católicos, en cuyo séquito entró Fernández de Oviedo como mozo de cámara, lo que le permitió el trato directo con lo más selecto de la nobleza castellana del siglo XV y participar en las excelencias de la "Escuela

26. Sobre la fecha de composición, así como la biografía de Oviedo, remito a las dos excelentes introducciones, J. B. Avalle-Arce (*Batallas y Quincuagenas*, v: 7-17) y J. Pérez de Tudela y Bueso (*Batallas y Quincuagenas*, i: xii-xxvi, *Batallas y Quincuagenas*, ii: 9-12), de las ediciones citadas.

27. Gonzalo Fernández de Oviedo y Valdés, *Libro de la Cámara Real del Príncipe Don Juan e offiçios de su casa e serviçio ordinario* …, publícalo La Sociedad de Bibliófilos Españoles, Madrid , [s.n.], 1870 (Imprenta de la Viuda é Hijos de Galiano). Actualmente está accesible esta misma edición digitalizada en CD-ROM: Madrid, Fundación Histórica Tavera, Digibis, 1999 (Textos clásicos sobre los Reyes Católicos. Clásicos Tavera, nº 24, serie III, Historia de España, 5).

28. Jesús Carrillo Castillo, "Cultura cortesana e imperio: el *Libro del blasón*, de Gonzalo Fernández de Oviedo", en *Locvs amoenus*, 4 (1998-1999), pp. 137-154.

de Minerva y de Marte" que habían dispuesto los reyes para su heredero (escuela de formación de perfectos caballeros en armas y letras).

La tragedia que supuso la muerte del príncipe Don Juan, en 1497, cuando contaba sólo 19 años, perjudicó al joven Fernández de Oviedo, de su misma edad, que tuvo que ir a Italia en busca de fortuna poco después. Sabemos que estuvo en Génova (1499) seguramente como soldado, luego en Milán, Mantua (donde estuvo primero al servicio de doña Isabel de Aragón, viuda del marqués Francisco de Gonzaga, y luego al servicio del cardenal don Juan de Borja, sobrino de Alejandro VI). Tuvo que presenciar la entrada y apoderamiento del Rey Luis XII de Francia de esa ciudad italiana. Sabemos que estaba en Roma en 1500. En Nápoles fue criado del rey don Fadrique (ejemplo de "galanuras caballerosas" según Juan Pérez de Tudela y Bueso)[29]. Pero a Oviedo parece perseguirle la mala suerte con sus amos. El reparto que acordaron Fernando el Católico con Luis XII de Francia acabó con el reinado de Fadrique, y Fernández de Oviedo vuelve a España, acompañando a la hermana del rey, doña Juana. Llega a Valencia en mayo de 1502 y formará parte de la casa del heredero de don Fadrique, Fernando de Aragón, duque de Calabria. ¿Pueden imaginar la película que podría haberse hecho, de existir el cine en su época, de las cortes exquisitas por las que fue pasando?

Es muy probable que estando en Italia conociera a Paolo Giovio, que tenía su misma edad, y dados los círculos en que Fernández de Oviedo se movió, parece muy posible. Eso justificaría bastante la obra que nos interesa de Fernández de Oviedo, pues presenta semejanzas de concepto con las *Historiae* de Giovio y con el propio *Dialogo de las empresas militares y amorosas*.

Las *Batallas y Quincuagenas* fueron escritas por Gonzalo Fernández de Oviedo entre 1535-1556, y son diálogos que dice haberlos compuesto evocando su propia experiencia con un afán didáctico para transmitir los valores de la Caballería de los comienzos del siglo XVI. Desde muy joven se ejercitó en anotar sucesos históricos, y eso le llevó a ser con el tiempo el gran cronista de Indias conocido por todos, pues a partir de 1514 se fue a América como *Veedor de las fundiciones de oro de la corona española*, y en 1526 fue nombrado Gobernador

29. Prólogo a la ed. de *Batallas y Quincuagenas*.

de Cartagena. En 1532 es nombrado cronista oficial de Indias, y se le otorga la alcaidía de la fortaleza de Santo Domingo, donde murió en 1557. Ese cargo de Alcaide es el que usa en sus *Batallas* como interlocutor.

Las *Batallas* es un diálogo en que se trata de la semblanza de personajes señalados conocidos por Fernández de Oviedo; se ofrecen las particularidades biográficas, genealógicas y heráldicas de los "illustres" varones españoles. Suponen una escenificación triunfal de la nobleza. Las *Quincuagenas* son 7.500 versos que relatan aspectos relacionados con reyes, famosos varones ilustres antiguos y modernos. Una buena parte del material que aparece en las quincuagenas procede de lo expresado en las Batallas, aunque sintetizado. Se reproducen en algunos casos los escudos nobiliarios y cimeras de los señores citados, y en algunas cimeras se incluyen las letras [Fig. 4].

Sufrió esta obra los avatares de tantas otras que, por distintas circunstancias (amplitud del texto, no encajar en un género con límites claros, haber pasado de moda, pocas expectativas de venta, etc.), fueron relegadas durante siglos, y sólo por situaciones casi milagrosas consiguen llegar a la imprenta, poniendo de manifiesto una cultura pretérita de la que muchas veces sólo sabemos mediante las obras de ficción que la reflejan[30].

Fernández de Oviedo realizó estas obras en su vejez; concluye las *Quincuagenas*, tratado sobre la nobleza de España, en 1556, cuando ya tenía 79 años. Un año después murió y dejaba siete grandes volúmenes escritos de su mano: cuatro correspondientes a las *Batallas* y tres a las *Quincuagenas*. Quedó la obra inacabada. Si hubiera conseguido finalizar su propósito tendría un total de 800 descripciones de los cortesanos de los siglos XV y XVI: toda una galería de hombres ilustres en el sentido humanístico que se le daba en la época.

El basamento de las Batallas está en otra obra de Fernández de Oviedo: *Libro de linajes*, y es seguro que no se hubieran podido escribir sin una buena cantidad de memoriales o anotaciones destinados a ser empleados en orden alfabético. En ellos Fernández de Oviedo iría vertiendo los frutos de sus pesquisas en

30. Se edita un total de 132 diálogos, sacados del códice que lleva el número 359 de la Biblioteca de Salamanca, correspondientes a las batallas 1ª (con 6 diálogos), 2ª (con 108 diálogos) y 3ª (con 12 diálogos) y 5 diálogos sin clasificar. Juan Pérez de Tudela y Bueso edita la primera batalla y algunas sin clasificar. Para más detalles de códices empleados, ver edición de Pérez de Tudela, I: LIX-LXII.

torno a procedencia del solar de cada linaje, las armas o blasón, personajes que acreditan la antigüedad del apellido, etc. Conseguir estos datos suponía una ingente labor de buceo en las crónicas e indagación personal a través de charlas con nobles, y supone una novedad en la forma de reunir cuatro tipos de información: biográfica, genealógica, heráldica e informativa sobre el origen de las estirpes[31]. Además da una semblanza de los personajes vivos.

Las *Batallas* no tienen equivalente exacto en nuestra literatura. Es verdad que seguían una línea ya acreditada en España, con precedentes como *Las Generaciones y Semblanzas* y los *Loores de los claros varones de España*, de Hernán Pérez de Guzmán, o *Los Claros varones de Castilla*, de Hernando del Pulgar, pero Fernández de Oviedo ofrece un panorama testimonial que nunca se había dado antes. Sobresale su concepto de la caballería como un orden de fundamento moral en que se entrevé con claridad su filiación erasmista. El caballero es el *miles christianus*. Las *Batallas* de Fernández de Oviedo son un cuadro que pinta un panorama de las costumbres de la nobleza: los modales cortesanos, los ropajes, el ingenio y agudeza desplegado en la creación de motes, invenciones y letras, las habilidades en el tañer instrumentos, en danzar, en los torneos…

Las novelas de caballerías, o relatos en verso que llegaron a tener enorme influencia en los siglos XVI-XVII, como el *Orlando Furioso*, de Ludovico Ariosto, no sólo son testimonios de la vigencia de la empresa pintada o bordada para ser exhibida por caballeros, sino que a su vez las descripciones sirvieron para inspirar las de caballeros auténticos y no ficticios. Cervantes ironiza sobre ello en el *Quijote*, y cuando imagina a su Dulcinea, la ve bordando una empresa con oro de canutillo:

> "Todo eso no me descontenta; prosigue adelante", dijo don Quijote. "Llegaste, y ¿qué hacía aquella reina de la hermosura? A buen seguro que la hallaste ensartando perlas, o bordando alguna empresa con oro de cañutillo para este su cautivo caballero".

31. Ver Juan Pérez de Tudela y Bueso, introducción a su edición de *Batallas*, pp. XXVIII.

"No la hallé", respondió Sancho, "sino ahechando dos fanegas de trigo en un corral de su casa" (*Quijote*, II, 31).

El libro de Alan R. Young *The English Tournament Imprese*[32] recoge, a través de crónicas y documentos oficiales, más de quinientas divisas de torneos, lo que nos da un testimonio de una moda ininterrumpida en la Inglaterra Tudor. Los participantes en los torneos tenían que componer una empresa a la reina Isabel I (después fue al rey Jacobo) y la ofrecían declamando un poema. Pronto se añadió a esta práctica el hábito de conservar los escudos presentados al monarca colgándolos en los muros de una de las galerías de Whitehall Palace –la Galería de los Escudos– a la que se llevaba a extranjeros de alto rango que visitaban la corte para que los vieran. La afición de la reina Isabel a la cultura emblemática la deja clara en varios de sus retratos y eso nos permite ver cómo la persona retratada se convertía ella misma en una empresa. Algunos de esos retratos más representativos son:

EL RETRATO DE LA CRIBA [Fig. 5], en la Pinacoteca Nazionale di Siena (Italia). Fue pintado hacia 1583 por Quentin Metsys el Joven. Se le conoce también como el Retrato de Siena, porque se encontró enrollado en un ático del Palazzo Reale de esa ciudad en 1895. Es una de las pocas obras que quedan de Metsys.

No es éste el único retrato en que Elizabeth aparece con una criba, que era símbolo de castidad y pureza. El concepto aparece en el *Triunfo de la Castidad* de Petrarca: una vestal romana virgen prueba su pureza llevando agua en una criba sin que caiga una gota. El símbolo servía a Elisabeth para reforzar su imagen de "reina virgen". El aro de la criba lleva inscrito el lema: *A TERRA IL BEN / AL DIMORA IN SELLA* ("A la tierra el bien; lo demás, retenido"). Se cree que el cortesano que aparece a la derecha de la reina es Sir Christopher Hatton, que tal vez encargó a Metsys el retrato en un viaje a Amberes en 1573. Los medallones ovalados que están en la columna detrás de la reina representan la historia de Dido y Eneas. La reina es identificada así con Eneas, pues como el héroe clásico, ha superado la tentación (el matrimonio) y ahora gobierna una poderosa nación. El globo terráqueo que está detrás de la reina insiste en ese tema. Hay

32. New York, AMS Press, 1988.

barcos que atraviesan hacia el oeste del globo, aludiendo tal vez a la conquista de Inglaterra del nuevo mundo. En el globo está escrito: *TVTTO VEDO E MOLTO MANCHA* ("Veo todo, y falta mucho"). El mismo retrato lleva una inscripción: *STANCHO RIPOSO & RIPOSATO AFFANNO* ("Cansado reposo y reposado afán").

EL RETRATO DEL ARMIÑO [Fig. 6], de 1585, pintado por William Segar, aunque antes había sido atribuido a Nicolas Hilliard, muestra a la reina con un armiño coronado en su brazo izquierdo, que la representa a ella misma. Simboliza majestad y pureza, pues este animal es emblemático de la castidad. Sobre la mesa, la espada que simboliza la justicia de su gobierno, y en la mano de la reina, un ramo de olivo, para significar la paz que ha proporcionado a su reino. Une en un retrato la esfera privada y la pública. Se pintó para el consejero de la Reina, William Cecil, Lord Burghley. Procede de la colección *Marquess of Salisbury* y se expone en Hatfield House.

EL RETRATO DEL ARCO IRIS [Fig. 7], de c.1600, conservado en Hatfield House. Fue pintado para Robert Cecil por Marcus Gheeraerts el joven (antes fue atribuido a Isaac Oliver, que era discípulo del pintor de corte favorito de Elizabeth, Nicholas Hilliard, y cuñado de Marcus Gheeraerts el Joven). El vestido de la reina está bordado con flores silvestres inglesas, de modo que está representada como Astrea, la heroína virginal de la Literatura Clásica. Su manto está decorado con ojos y orejas, indicando su vigilancia como reina (ve y oye todo). En el tocado, sobre una corona, lleva una luna creciente, símbolo de Diana, la diosa virgen. En su manga, una serpiente bordada que simboliza la prudencia, virtud de gobierno por excelencia. En su mano derecha, sostiene un arco iris, y la inscripción en latín: *NON SINE SOLE IRIS* ("No hay arco iris sin sol"); simboliza la paz y prosperidad que ella proporciona gracias a su prudencia y sabiduría. Aunque tendría unos sesenta años cuando se pintó este retrato, la han representado en plena juventud, como si fuera inmortal y atemporal.

DE LOS CONCEPTOS AGUDOS A LA AGUDEZA VERBAL

El hacer gala de ingenio, agudeza y cultura suficiente como para despertar admiración se convirtió en un imperativo para cualquier caballero cortesano. Pocos eran capaces de idear por sí solos una empresa cabal y tenían que acudir

a hombres de letras: cuanto más eminentes fueran estos, más acertada sería la empresa. Fue muy celebrado el ingenio de Antonio de Nebrija y su espíritu sutil al concebir la empresa de Fernando el Católico TANTO MONTA [Fig. 8], que acompañaba la imagen del nudo gordiano y aludía a la anécdota de Alejandro Magno (es decir, tanto da cortar que desatar el nudo).

> IOVIO: Cierto, vos no os engañáis, porque cosa es dificultosa el mejorar. Pero el Rey Católico llegó al grado de perfición cuando trajo por empresa el ñudo de Gordiano con la mano de Alejandro Magno, que lo cortó con la espada no pudiéndolo desatar con las manos, y puso encima el presente mote: TANTO MONTA. Y para que sepáis el alto pensamiento de aquel sabio y prudente rey, como habréis leído en Quinto Curcio, qui digo: "*En Gordio, ciudad de Asia, estaba en un templo un ñudo ciego que nadie lo podía desatar, y llamábase el ñudo de Gordiano; y el oráculo decía que aquél que lo supiese desatar sería señor de Asia, por lo cual llegando allí Alejandro y no lo pudiendo desatar, porque no le hallaba principio ni fin, echó mano a la espada que traía y, con ira y desdén, lo cortó*, et Oraculum aut impleuit, aut elufit". Lo mesmo aconteció al Rey Católico, que, sucediéndole un cierto pleito muy enredado sobre la herencia del reino de Castilla, no hallando otro camino para alcanzar justicia, lo conquistó con la espada en la mano, y así lo venció. De manera que esta tan hermosa empresa, alcanzando gran fama, mereció que se igualase con la de Francia. Algunos quieren decir que la inventó el doctísimo e ingenioso varón Antonio de Nebrija, que en aquel tiempo restauró la lengua latina en España, de quien agora leemos un muy copioso *Dictionario latino y castellano*.

Con la proliferación de actos públicos en el siglo XVI se precisó cada vez más de la ayuda de profesionales que crearan empresas (tanto la *pictura* como el mote) y que compusieran los versos de presentación, como solía hacerse en los torneos ingleses en la corte de Isabel I y después. Es conocida la anécdota de que en 1613, el conde de Rutland pagó a Shakespeare 44 chelines de oro para que compusiera una empresa, y Ben Jonson escribió versos de presentación de sus empresas para los hermanos Rich, a quienes es posible que también les ideara las empresas.

Cuando la empresa que había que diseñar era de materia heroica, para mostrar una aspiración noble (un objetivo vital del caballero, que tendría un carácter bastante duradero) el cuidado que se ponía en su formulación exigía la colaboración de profesionales duchos en las letras clásicas y en la agudeza de invención. Pero en manifestaciones menos formales, de carácter más efímero, como justas dedicadas al entretenimiento de las damas, se permitía también una modalidad de empresa diferente, portadora de un mensaje amoroso en cifra destinado a la señora cortejada. Muchas de esas damas no sabían latín, y en España se puso de moda en el siglo XVI un tipo de empresa de la que habla también Giovio, basada no ya en la agudeza de concepto, sino en la agudeza verbal, en el sentido de la palabra en español, de tal modo que no puede traducirse a otra lengua y mantener el sentido agudo, quedando así la empresa sin alma, como denuncian los tratadistas.

De ese género son los equívocos, y el proceso que se sigue para su formulación se asemeja a lo que hoy llamamos jeroglíficos que vienen en los perióricos en la página de entretenimientos. A ese tipo de empresas alude Gracián:

> Las propias de España son totalmente diversas déstas. Consiste su artificio no en la semejanza de la pintura con el intento que se pretende, sino en que el nombre de la cosa pintada, o solo o ayudado de otra palabra, exprima y diga lo que se pretende; de modo que la pintura en éstos no representa tanto cuanto sustituye por su voz y dicción. Tal fue la del diamante falso; la canasta con estas dos letras: V. M.; el corazón y la esportilla del Condestable, graciosamente comentado del Gran Capitán[33].

Raras veces este tipo de empresas eran dignas de alabanza por parte de los entendidos, y es bastante corriente que salgan "necias e imperfectas en cuanto a las condiciones [...] que les convienen", según indica Giovio. De todos modos, él destaca una que considera sutil, de Don Diego de Mendoza, hijo del cardenal Francisco de Mendoza:

33. Baltasar Gracián, *Agudeza y arte de ingenio*, *Ed. Cit.*, p. 758.

> habiendo tentado el vado con su dama y hallando estropiezos y malos pasos para poderla alcanzar, vencido del dolor, y aun desesperado, sacó una rueda de anoria con los alcaduces que sacan agua y la vacían; y porque de punto en punto cuasi la mitad de ellos está llena, recibiendo el agua, y la otra vacía, vaciándola, nascía de aquellos alcaduces un mote que decía: LOS LLENOS, DE DOLOR, Y LOS VACÍOS, DE ESPERANZA, que al juicio de todos fue tenida por empresa de sotil invención y de única vista, porque el agua y la rueda daban presencia de subjecto a los que la miraban, y significaba que su dolor era sin esperanza de remedio.

Pero salvo alguna rara excepción como ésta, la mayor parte de las veces, este tipo de empresas eran fruto de ingenios mediocres, y hay numerosas anécdotas que lo confirman:

> Uno traía en una capa bordado unas esportillas, y cabe cada una esportilla estas letras: "gado", que quiere decir: "Es por ti lla-gado". Don Alonso de Aguilar se allegó a él, y le dijo:
> – Señor, si como es esportilla, fuera esportica, ¿qué diría?
> (Melchor de Santa Cruz, *Floresta Española*, 1574).

La anécdota la citan muchos para ridiculizar a quienes, por afán de parecer agudos, pecan de necios:

> Otro, sobre una esportilla y un coraçón puso por mote "Gado", y preguntándole que significava declaró su gerigonça que dezía: "Es por ti llagado". Y como le replicassen: "¿Si como v.m. lee esportilla leyesse otro 'esportica' que es muy contingente, qué tal quedaría esse malaventurado corazón?". No cayó en su falta y assí se lo dexó glosado conforme a la segunda lectura.
> Otro, perdido por una infeliçe Isabel, quiso pregonallo en cierta justa a boz de trompeta, y assí dixo la letra que en ella sacó: "París, sin par es su nombre y el nombre del tercer hombre", que rebolviendo la geographia y el texto de la Biblia se hallará por gran suerte que de la metrópoli de Francia nombrada sin el par y de Abel, segundo hijo de Adám, quedará en limpio Isabel, si puede quedar assí

una cosa tan malparada. Y porque deximos con buena boca (este es un término de los más propios que se han referido) a los que leyeron esta materia, no se le niegue que anduvo no menos sutil discreto que galán humilde aquel cavallero que perdido a lo portugués de amores por una que se dezía portadora, puso sobre la çelada que sacó en una justa una ymagen d'él arrodillada delante de una puerta, que en valenciano se llama porta, con este mote en essa lengua: "Qui no pot a la señora, la porta adora". Digna sentencia del famoso Sócrates. (Francisco Agustín Tárrega, *Discurso o recopilación de las necedades*... [1592])[34].

ANTON: [...]
En ciertas cañas que hubo en esta villa,
sacó un galán pintada una esportilla
en la adarga, y la letra decía: Gado,
y todo junto: Es-por-ti-lla-gado.
Mas cierta dama que lo vio, replica:
"Aquella ¿es esportilla o esportica?
Porque si es esportica y Gado el mote,
quedará el cifrador de bote en bote".
(Calderón de la Barca, 1643: *La casa holgona*)[35]

Muy sonada fue otra de estas empresas españolas de este tipo que, según la tradición, costó la vida al conde de Villamediana. En una fiesta de toros y cañas celebrada en la plaza Mayor de Madrid, don Juan de Tassis, conde de Villamediana, tuvo el atrevimiento de presentarse con una librea sembrada de reales de plata de a ocho –otras fuentes dicen que las llevaba representadas en una adarga– y la letra: "*Son mis amores*" (es decir: "mis amores son reales"). Según las versiones más difundidas, el conde pretendería manifestar la pasión que sentía

34. Evangelina Rodríguez Cuadros, "Realidad, lenguaje y retórica en la *Academia de los Nocturnos* de Valencia: un discurso del canónigo Tárrega", en *De las academias a la enciclopedia: el discurso del saber en la modernidad*, Evangelina Rodríguez *et alii* (eds.), Valencia, Edicions Alfons el Magnànim / Institució Valenciana d'Estudis i Investigació / Generalitat Valenciana y Diputación Provincial de Valencia, 1993, pp. 355-428. La cita procede de las pp. 424-425.

35. Pedro Calderón de la Barca, *La casa holgona*, ed. Evangelina Rodríguez y Antonio Tordera, Madrid, Castalia, 1982.

por la reina, Isabel de Borbón, que entonces tenía 19 años. En varios poemas se refería a la dama como *Francelinda* o *Francelisa*, lo que algunos interpretaban como una alusión a *la francesa,* por ser de esa nacionalidad la esposa de Felipe IV, o a los juegos conceptuales: *lis—francesa* o *francesa-Elisa (*diminutivo de *Elisabeth,* Isabel); pero otros informes, recogidos por el viajero coetáneo Bertaut, afirmaban que la supuesta *Francelisa* era una marquesa llamada doña Francisca de Tavora, que con él se burlaba del amor que por ella sentía el rey, lo que indignaría a éste. Enemigos no faltaban al conde, que tenía una lengua afiladísima y componía décimas satíricas tan populares como dañinas para muchos. Fuera o no ese el desencadenante, el conde murió a manos de un mercenario en la calle Mayor de Madrid, la noche del 21 de agosto de 1622, muy cerca de su casa, mientras iba en una carroza con don Luis de Haro. El hecho causó gran impacto en Madrid, y se creía ver detrás de la operación el mandato del rey, que habría sentido como afrenta la empresa de Villamediana[36].

Así advierte Gracián de los peligros del mal uso de ese tipo de juegos conceptuales:

> Lo mismo es cuando es la equivocación atrevida y peligrosa, como aquél que en unas fiestas sacó la librea sembrada de reales de a ocho, con esta letra: *Son mis amores*. Aun la palabra equívoca no se pronuncia, sino que se alude a ella, cuando el respeto lo pide y el entendedor es bueno. (Gracián, *Agudeza, Ed. Cit.* p. 600).

El episodio era aún recordado y reinterpretado por el romántico Ángel Saavedra, duque de Rivas (1791-1865), en *El conde de Villamediana*. Romance segundo: "Las máscaras y cañas":

36. Hay abundante literatura sobre esta anécdota. Algunos han querido asociar la muerte del conde con sus posibles relaciones homosexuales. Ver José Deleito y Piñuela, *El rey se divierte*, Madrid, Alianza, 1988, pp. 170-175. Narciso Alonso Cortés, *La muerte del Conde de Villamediana*, Valladolid, Imp. del Colegio Santiago, 1928, recogido luego en: Narciso Alonso Cortés, *Obra selecta:(1875-1972)*, [Valladolid], Ayuntamiento de Valladolid, 2004. También de interés: Luis Rosales, *Pasión y muerte del Conde de Villamediana*, Madrid, Gredos, 1969; Concha Zardoya, *El correo mayor: (vida y muerte del Conde de Villamediana*), Madrid, Aguilar, [s.f.]; Emilio Cotarelo y Mori, *El conde de Villamediana: estudio biográfico crítico*, Madrid, Visor Libros, 2003.

[…] Unidas las dos cuadrillas,
Hacia el regio balcón ambas,
Al paso, la pista siguen
De los jefes que las mandan;
y en, concurso, en gran silencio,
Curioso a la vista, clava
De los dos gallardos Condes
En las brillantes adargas;
Pues logrando de discretos
Y de, enamorados fama,
Interesa a todo el mundo
Ver las empresas que sacan.
Es la de Orgaz una hoguera
De la que el vuelo levanta
El fénix con este mote:
"Me da vida quien me abrasa".
Un letrero solamente
Es la de Villamediana,
Que dice: "Son mis amores..."
Y luego reales de plata
Puestos cual si fueran letras,
Con que aquel renglón acaba.
La empresa de Orgaz la entienden
Todos, y aciertan la llama
Que le da vida y le quema.
La del de Villamediana
Despierta más confusiones,
Aunque es en verdad bien clara.
Propensión funesta tiene
El joven galán que alcanza
Favores de una señora,
A la par hermosa y alta,
De publicarlos al punto
Y de sacarlos a plaza:
Vanidad de enamorados
Que en peligros no repara.
Muchos el sentido entienden
Que las monedas declaran,
Mas por miedo disimulan
Y de explicarlo se guardan.
Otros, necios, se calientan
Los cascos por descifrarla.
"Son mis amores dinero",
Repiten; pero no cuadra
Con el carácter del Conde
Esta explicación villana.
"Mis amores efectivos
Son", dicen otros, ¡bobada!
Velasquillo el contrahecho,
Enano y bufón, que alcanza,
No sin despertar envidia,
Gran favor con el Monarca,
A disgusto de los grandes
En el balcón regio estaba,
Malicias diciendo y chistes
Con insolencia y con gracia.
Y o por faltarle su astucia
Entonces, o porque trata
De vengarse del desprecio
Con que la Reina le acaba,
O porque ve de mal ojo
Al noble Villamediana,
O por gusto de hacer daño,
Que es de tales bichos ansia,
Dijo: "Ta, ta; ya comprendo
Lo que dice aquella adarga:

Son mis amores reales",
y soltó la carcajada.
Trémulo el Rey y amarillo,
Y conteniendo la saña,
"Pues yo se los haré cuartos",
Respondió al punto en voz baja.
Lo oyó la Reina, y quedóse
Inmóvil como una estatua,
Pálida como la muerte,
Hecha pedazos el alma [...]

La empresa se fue extendiendo de la esfera caballeresca a otros ámbitos, primero cortesanos (ya no militares): ballets, mascaradas, desfiles con carrozas, hasta que se convirtió en un elemento indispensable en las grandes solemnidades barrocas (como estudió ya hace medio siglo Richard Allevyn) y llenó espacios domésticos (chimeneas, techos, paredes, vajillas, joyas, retratos...). La prima de la reina Isabel, María Estuardo, dejó una serie de veintinueve empresas bordadas que se conservan en el Victoria and Albert Museum[37].

El interés personal por ese tipo de material nos ha dejado testimonios, como los *alba amicorum* (que tanto éxito tuvieron en Alemania, los Países Bajos y Flandes desde mediados del siglo XVI hasta finales del XVIII)[38] y los cartapacios personales, libros encuadernados de hojas en blanco que circulaban entre los amigos, que a menudo iban añadiendo epigramas, dibujos y agudezas[39]. En ocasiones tenían grabados de empresas, a las que había que idear el mote, añadir un comentario, etc. De esa naturaleza es el que se conserva del protector aragonés de Baltasar Gracián, Vincencio Juan de Lastanosa, en la Biblioteca

37. Ver a propósito: Michael E. Bath, "Embroidered Emblems: Mary Stuart's Bed of State", ponencia pronunciada en el congreso: *Emblems in the Twenty-First Century: Materials and Media*, The Seventh International Conference of the Society for Emblem Studies, July 24-30, 2005, celebrado en Illinois (Estados Unidos de América) y cuyas actas están en prensa.

38. El *album amicorum* solía ser un volumen colectivo, que a menudo adoptaba la forma de un libro con hojas en blanco que circulaba entre amigos que iban añadiendo motes y epigramas a los dibujos o grabados proporcionados por ellos mismos o por otros como una diversión propia de humanistas. Un ejemplo representativo es el *Symbolum* del humanista Jakob Monau, publicado en Görlitz en 1595, que muestra cómo el círculo de amigos había de realizar variaciones sobre un símbolo dado, sobre el que tenían que crear emblemas, motes, epigramas y formas asociadas. Los colaboradores de este volumen fueron importantísimos humanistas de entonces: Escalígero, Lipsio, Bèze, Ortelius, Camdem, Melissus, Sambucus, Crusius, Crato y el español Arias Montano.

39. Uno de los mejor conservados es el *album amicorum* de Gervasius Fabricus de Klesheim, escrito durante los años 1603-37. Klesheim fue estudiante en Würzburg entre 1603-4 y luego entró al servicio del arzobispo de Salzburgo.

Nacional en Madrid. Se trata de un volumen que presenta encuadernadas 51 láminas de tamaño 4º, unas grabadas al aguafuerte y otras sólo dibujadas, con *empresas* o con cartelas a la espera de un mote y una *pictura*; hay también hojas en blanco, destinadas tal vez a los epigramas que las expliquen (lo que justificaría el título de *emblemas*)[40]. Entre las empresas que allí se incluyen, hay dos [Figs. 9 y 10] que nos interesan especialmente (dibujadas, no impresas): la de la familia de Lastanosa y la "Empresa de don Vincencio Ivan de Lastanosa, Sor de Figarvelas". Esta última, como lámina dibujada y destinada a pasar a una plancha que luego sería abierta por el burilista, muestra las letras del mote, dentro de la filacteria, invertidas, con la leyenda *Vetustate fulget* sobre un Ave Fénix[41].

LA DIFUSIÓN IMPRESA

Si el género había nacido ligado a lo efímero, la conversación y la exclusividad personal, cambió de manera notable en el momento en que los propios creadores de las empresas, los profesionales de las letras que trabajaron para señores y cortesanos, decidieron dar a la imprenta con legítimo orgullo el fruto de sus creaciones, como hizo Giovio al escribir sus *Empresas militares y amorosas* o algunos editores, que con viva intuición comercial, vieron la conveniencia de publicar repertorios que pudieran inspirar a un número cada vez mayor de interesados en el uso de las empresas. Sería la imprenta, pues, la que extendió el uso del género cuando ya empezaba a decaer en la cultura que la había alimentado hasta entonces, la caballeresca, y se iniciaba una variación determinada por el ambiente de los salones cortesanos renacentistas y las academias literarias. Con la publicación de libros de empresas, cualquier persona con cultura suficiente como para comprender el latín y tener deseos de mos-

40. El título aparece manuscrito: *Emblemas del Conde de Guimera. Vizconde de Ebol. I Alqver-Foradat*. Lleva pegada en portada una tira de papel con el ex-libris: De la Biblioteca de VINCENCIO De LASTANOSSA, Cauallero Infançon, Ciudadano de Huesca, y Señor de Figaruelas. Se conserva en la Biblioteca Nacional de Madrid, en la sala Goya, con signatura ER 1504.

41. Ver Sagrario López Poza, "*Emblemas del Conde de Guimerá, Vizconde de Evol y Alquer-Foradat*", ficha para el catálogo de exposición: *Vincencio Juan de Lastanosa (1607-1681). La pasión del saber*, exposición celebrada del 24 de abril al 3 de junio de 2007 en la Sala de Exposiciones de la Diputación de Huesca y Palacio de Villahermosa, Huesca, Instituto de Estudios Altoaragoneses, 2007, p. 209.

trar su capacidad de agudeza e ingenio podía inspirarse en las empresas publicadas de personas famosas. Los miembros de academias literarias, los religiosos, los impresores… todos creaban sus empresas y descifraban las que otros exhibían.

En 1551 se publica en Lyon la primera obra del género: Claude Paradin, *Devises Heroïques*, 1551 [Fig. 11]. Tuvo un éxito inmediato, que se manifestó en un gran número de traducciones, reediciones y ediciones con comentarios que siguieron. Muchos de los emblemistas posteriores se inspiraron en imágenes publicadas por él. Lo que Paradin presenta en la primera edición no es más que imagen y mote; ni siquiera se indica en la página a quién pertenece la divisa que incluye. En la siguiente edición ya acompaña a cada divisa una declaración en prosa que podemos decir que inicia el modelo del género para los libros de empresas, a diferencia de los de emblemas, que irán acompañados de versos formando un epigrama. El impresor de la obra de Paradin, Jean de Tournes, publicó muchos libros de emblemas en Lyon a mediados del siglo XVI. Los grabados xilográficos de la obra se atribuyen a Bernard Salomon, uno de los más finos grabadores de la zona, que trabajó en muchas ocasiones para de Tournes.

El mismo año en que salió impresa la primera edición de las divisas de Paradin, escribió Paolo Giovio el libro que consideramos primer tratado de preceptiva sobre las empresas, aunque permanecería sin imprimirse hasta 1555. Giovio (1483-1552) había sido médico de León X y Clemente VII y en el momento que escribe la obra que nos interesa era obispo de Nocera y se encontraba en la cúspide de la fama como historiador y humanista. Acababa de terminar su obra *Historiae sui temporis*, que se ocupa de los acontecimientos sucedidos en todo el mundo entonces conocido desde 1494 a 1544. La obra de Paolo Giovio *Dialogo dell'imprese militri e amorose* se editó en castellano como *Diálogo de las empresas militares y amorosas, que son armas y devisas de linajes con los motes o blasones*[42]; es un diálogo escrito en lengua vulgar –detalle de capital importancia para comprender su difusión entre personas que no dominaban el latín–, que

42. *Diálogo de las empresas militares y amorosas. Compuesto en lengua italiana por el ilustre y reverendísimo señor Paulo Iovio, obispo de Nucera, en el cual se tracta de las devisas, armas, motes o blasones de linajes. Con un razonamiento a ese propósito del magnífico señor Ludovico Domeniqui*, en León de Francia, en casa de Guillielmo Rovillé, 1561. Se había publicado en español antes, en 1558, pero sin ilustraciones en Venecia, por el impresor Giolito.

emplea como personajes al propio Giovio y a Lodovico Domenichi[43]. Éste estaba trabajando en la traducción del latín al toscano de la obra del obispo *Historiae sui temporis* y, según confiesa el autor, le pidió que le explicara algo sobre la materia de las empresas. El propio Giovio comenta cómo se concibió la obra:

> Tuvo principio de esta manera: que conversando conmigo familiarmente Ludovico Domeniqui, por causa que traduce en toscano mi *Crónica* latina[44], acaso vino a hablar de las invenciones y empresas que los grandes señores y caballeros esforzados suelen traer en nuestros tiempos en sus vestidos, libreas y banderas, para significar parte de sus generosos y altos pensamientos[45]…

Giovio advierte a Domenichi que meterse en esa materia es como adentrarse en un gran piélago, pero su traductor insiste diciendo al obispo que a él no puede resultarle difícil, ya que desde muy joven había ideado muchas empresas para príncipes y grandes señores. Desde el principio, Giovio aclara que el el estilo que va a emplear en italiano es "a la cortesana", sin seguir los rígidos preceptos de la Academia Florentina. También es interesante que elija el diálogo como género de expresión. Ello indica que pretendía que su obra fuera una forma abreviada y asequible de sus *Historiae* que llegara con facilidad a quienes no dominaban el latín. Desde el principio pone condiciones a Domenichi:

> Haré de muy buena voluntad cuanto me pedís, pero con condición que me preguntéis parte por parte. E yo os responderé a todo de buena voluntad, salvo que no me obliguéis al rigor de las leyes deste pulido hablar toscano, porque en toda manera quiero ser libre para poder hablar a la cortesana, sin ser escrupulosamente notado de vuestra Academia.

43. Lodovico Domenichi (Piacenza ca. 1514 - Pisa 1564). Trabajó para la industria editorial en las principales casas comerciales de libros del siglo XVI, bien como redactor o traductor. Colaboró con Giolito y Marcolini en Venecia y con Torrentino en Florencia, donde sufrió cárcel por sus simpatías hacia la Reforma. Hizo traducciones del latín de autores clásicos y modernos.

44. Se refiere a las *Historiae sui temporis*, que se ocupan de los acontecimientos sucedidos en todo el mundo (desde 1494 a 1544), de la invasión de Carlos VIII hasta la paz de Crépy (impresa en Florencia por Lorenzo Torrentino, entre agosto de 1550 y septiembre de 1552). La traducción de Domenichi, publicada en Venecia entre 1551 y 1555, tuvo varias reimpresiones con índices y anotaciones.

45. Los fragmentos que cito proceden siempre de la traducción castellana de Alonso de Ulloa.

El diálogo se convierte en un pequeño tratado, como lo denomina su propio autor en la dedicatoria a Cosme de Medici:

> De manera que, habiéndome salido este pequeño tractado, no menos agradable que jocundo y grave por el altura y variedad de los subjectos, me he atrevido a enviarlo a V. Excel. creyendo que no dejará de serle conviniente pasatiempo en estas importunas calores.

Las "calores" a las que se refiere son las de agosto de 1551[46] en que se escribe el diálogo como un pasatiempo que sirviera de distracción a la redacción de obras históricas más serias, cuya materia requería de una dedicación y aplicación plenas que el calor del verano dificultaba.

Giovio explica en la dedicatoria a su protector, Cosme de Médici, duque de Toscana, el sentido de su obra:

> habiendo puesto a un cabo la Crónica que voy escribiendo como trabajo de gran peso, he pasado el tiempo discurriendo con el docto Ludovico Domeniqui, que a ello me convidaba, algunas cosas sobre las invenciones de las empresas que el día de hoy traen los grandes señores.

Deja constancia de que él ideó las empresas de sus protectores, el duque y la duquesa de Toscana. La empresa del duque [Fig. 12] la incluye Giovio en su libro, y explica su sentido a Domenichi:

> IOVIO: Por cierto, el día de sus bodas vide muchas inventadas por subtiles y agudos ingenios; pero, sobre todas, una me contentó infinito porque era muy al propósito para su Excelencia, la cual teniendo por su horóscopo y ascendente el signo de capricornio, que asimesmo tuvo Octaviano César Augusto, como dice

46. El comienzo del diálogo indica que es el mes de agosto, y al final de él da algún detalle más, importante para la datación de la composición a partir del día 9 de agosto. También es importante para la fecha la alusión al libro de los *Elogia virorum bellica virtute illustrium veris imaginibus supposita* (Firenze, L. Torrentino, 1551: "Elogios colocados debajo de las verdaderas imágenes de los hombres ilustres por virtud militar"), recientemente publicada y enviada como regalo a Hércules II de Este, duque de Ferrara, a primeros de agosto de 1551.

> Suetonio, y por eso hizo la moneda con la imagen, me pareció este fantástico animal muy al propósito, principalmente que el gloriosísimo emperador don Carlos, monarca luz del mundo y de la guerra, firme escudo de cristianos, so cuyo amparo floresce el principado del dicho señor duque, tuvo también el mesmo ascendente. Y pareció cosa destinada que el duque Cosme, aquel mesmo día de las calendas de agosto, en el cual Octaviano Augusto alcanzó la victoria contra Marco Antonio y Cleopatra sobre el actiaco promontorio, aquel proprio día, desbarató y prendió a todos sus enemigos los florentines en Montemurlo. Pero, porque este capricornio que trae su Excelencia carecía de mote que acabase la empresa, le añadí yo éste latino: FIDEM FATI VIRTVTE SEQVEMVR[47], cuasi queriendo decir: *Yo haré tanto con mi propria virtud, que alcanzaré lo que me promete el horóscopo signo*. Y así lo [he] hecho pintar, figurando las estrellas que entran en el signo de capricornio, en la cámara consagrada al honor, que habéis visto labrada de musaico, donde asimesmo está el águila, que significa Júpiter, y el emperador, a quien con el pico pone sobre la cabeza una corona triunfal, con un mote que dice: IVPITER MERENTIBVS OFFERT[48], pronosticando que su excelencia merece, por su virtud, toda gloria y honor.

La esposa del duque, doña Leonor (hija de Don Pedro de Toledo, virrey de Nápoles), con la que se había casado en 1539, fue una importante mecenas de Giovio, quien le diseñó una empresa con que intenta evidenciar todas sus cualidades, como le explica a Domenichi:

> Hice asimesmo, para envés de una medalla que puede aprovechar para labores, a la ilustrísima señora duquesa de Florencia, una pava en haz que con las alas alzadas cubría sus pavoncicos, con un mote que decía: CVM PVDORE LAETA FOECVNDITAS[49], aludendo a la naturaleza de aquella ave, que por eso la han consagrado a Juno, reina del cielo, según la opinión y vanidad de los gentiles.

47. *Fidem fati virtute sequemur*: "Con virtud iremos en pos de las promesas del destino".
48. *Iupiter merentibus offert*: "Júpiter premia al que lo merece".
49. *Cum pudore laeta foecunditas*: "Junto al pudor la rica fecundidad".

La duquesea murió con sólo 40 años, pero dio al duque once hijos, de modo que la fecundidad a que alude la empresa estaba justificada [Fig. 13].

En un contexto cortesano donde la imagen había cobrado tanta importancia, queda claro el interés que podía tener para un hombre que aspirara a ser famoso el disponer de un escritor culto e ingenioso capaz de concebir una extensión de su retrato que le identificara de manera decorosa. Por otra parte, Giovio usaba las empresas como expresión de sus alianzas y contactos, de los que, naturalmente, estaba orgulloso. El obispo de Nocera, había conseguido que los más eminentes hombres de Europa –políticos, militares, escritores– le enviaran retratos que él tenía expuestos en una galería de su villa a la orilla del lago de Borgovico, en Como –Italia–, a la que llamó *Museo*[50] [Fig. 14]. Al pie de los retratos se exponía la empresa de cada individuo, junto con un elogio (un epigrama, escrito por distintos autores, que sintetizaba la personalidad del retratado). Para Giovio, pues, la empresa completa el retrato físico, como expresión de los hechos y aspiraciones de los hombres ilustres de su tiempo, y en ocasiones hasta lo sustituye, como queda manifiesto en algunas cartas suyas. Escribiendo a Girolamo Angleria, en 1537, sobre un encuentro entre el marqués del Vasto y Francisco I, dice: "trovorno poi quattrocento arcieri della salamandra in piazza" (*y había cuatrocientos arqueros de la Salamandra en la plaza*), con que se está refiriendo a la empresa del rey Francisco I de Francia[51]. El hecho de que los retratos fueran acompañados por inscripciones indica el reconocimiento de Giovio de las limitaciones de la imagen cuando era usada sola, punto de vista que expone en la dedicatoria de sus *Elogia*.

Al comienzo de su obra *Elogia*, Giovio explica que su *Museo* estaba dedicado a las Musas y a Apolo, la biblioteca dedicada a Mercurio, y la armería a Carlos V. En una carta de 1543, Anton Francesco Doni alude a la villa de Giovio y describe las empresas que vio en ella:

> Al entrar en el palacio, a la mano derecha, uno ve una hoguera en que arden unos libros, con el mote: *Recedant vetera* ["deja que las cosas antiguas se retiren"];

50. Hoy desaparecida; en su lugar está ahora la Villa Gallia. Parte de los retratos de personajes ilustres que poseía Giovio están conservados hoy en la Pinacoteca Civica de Como.

51. Caldwell, *Op. Cit.*, nota 20.

está muy bien pintado en fresco, como en otra pintura cerca de ésta, que muestra una montaña llena de diamantes, con su propio verso, que dice: *Naturae non artis opus* ["obra de la naturaleza, no del arte"][52].

La primera edición del Diálogo de las empresas de Giovio tuvo que esperar desde que se escribió, entre agosto y septiembre de 1551, hasta 1555, en que fue publicado en Roma por Antonio Barré (para entonces ya había muerto su autor). Apareció luego en Venecia, en 1556, en dos ediciones: una de G. Ziletti, con el título de *Ragionamento di monsignor Paolo Giovio sopra i motti e disegni d'arme e d'amore che communemente chiamano imprese*, con un *Discorso intorno all' invenzion dell'imprese, dell'insegne, de' motti e delle livree*, de Girolamo Ruscelli, en el que, además, Ruscelli critica la edición romana que considera muy imperfecta, y otra de G. Giolito de' Ferrari, acompañada en esta ocasión de un *Ragionamento* de Lodovico Domenichi. La obra sufrió refundiciones, censuras e interpolaciones por parte de los editores, sobre todo de Ruscelli, que incluyó añadidos suyos.

El éxito de la obra de Giovio fue inmediato, como lo atestiguan no sólo las muchas traducciones a diversas lenguas y la multitud de ediciones, sino que sigue siendo citada una y otra vez por todos los que imitan al autor y editan recopilaciones de empresas de otros o creaciones propias, desde Scipione Ammirato a Emanuele Tesauro. La edición moderna de referencia es la que realizó Maria Luisa Doglio (Roma, Bulzoni, 1978) que tomó como base la edición impresa en 1555[53].

La obra constituye la primera reflexión sistematizada dedicada al género renacentista de la empresa. El diálogo entre Paolo Giovio y Lodovico Domenichi se inicia con el intento de reconstrucción de la compleja historia de la

52. Carta de Anton Francesco Doni al conde Agostino Landi, fechada el 20 de julio de 1543: *Entrando poi dentro al palazzo, vi si vede dal destro lato una fiamma, la quale abbruscia alquanti libri, con un motto in questa forma: Recedant vetera, multo diligentemente dipinto in un quadro pure in fresco, con un'altra a canto, dove si vede un monte tutto pieno di diamanti col suo verso che dice: Naturae non artis opus. Apud* Caldwell, *Op. Cit.*, nota 26.

53. Aparte de las ediciones digitalizadas facsimilares asequibles a través de Internet, ahora puede accederse a la transcripción de la edición de Lyon, de 1574 en la Biblioteca Virtual on-line Bivio: *Dialogo dell'Imprese Militari et Amorose di Monsignor Giovio Vescovo di Nocera*, 1574; edición de Serena Ferretti. <http://bivio.signum.sns.it>.

empresa en sus fases primitivas: de los ejemplos antiguos desde la mitología grecolatina a las insignias de los paladines de Carlo Magno y los caballeros del rey Arturo, para llegar luego a situar el nacimiento real del género en la época de la invasión de Italia por Carlos VIII y Luis XII, cuando se extiende entre los oficiales del ejército la moda de encargar bordados para llevar sobre los uniformes. Como es sabido, Giovio señala cinco condiciones fundamentales para la formación de una perfecta empresa:

1. la justa proporción entre alma y cuerpo, (lema y figura);
2. evitar la oscuridad, que no tiene por qué traducirse en claridad extrema;
3. la belleza de la imagen;
4. la exclusión de la figura humana;
5. el empleo del lema, necesariamente breve, en una lengua diferente de la del que compone la empresa.

Los cinco enunciados, que constituyen el código mismo del género, reflejan el principio retórico del decoro, de la medida y de la conveniencia. El lema es considerado el alma del cuerpo (la *imagen*), con lo que recalca la posición de superioridad de la palabra sobre la figura.

Giovio no procede siempre igual; algunas empresas sólo las cita e indica su dueño, pero otras las describe con minuciosidad, como las célebres de los reyes Carlos V, Luis XII, Francisco I, Enrique II, la del rey de Nápoles, los duques de Milán, los señores de Florencia, o las de capitanes y maestros en el arte de la guerra, como Orsini, Colonna, Alfonso d'Este y Francesco Maria de la Rovere. Y no sólo evoca a los hombres ilustres que ostentaron empresas, sino también a los poetas que las inventaron y que destacaron por su agudeza, como Gabriele Altilio, Marcantonio Casanova, Giovanni Cotta, Iacopo Sannazaro o Lodovico Ariosto.

El diálogo continúa describiendo artificiosas invenciones realizadas por Giovio para los capitanes napolitanos, para famosos caudillos, cardenales, mecenas y escritores en un vertiginoso juego que conjuga el arte de la memoria con el gusto apasionado de coleccionista.

Con el *Diálogo de las empresas militares y amorosas* de Giovio se inicia lo que será un largo y afortunado recorrido a lo largo de los siglos XVI y XVII de trata-

dos con discusiones sobre la empresa y el emblema que se suceden en la segunda mitad del siglo: las obras de Girolamo Ruscelli, Luca Contile, Scipione Bargagli, Giulio Cesare Capaccio, Torquato Tasso, hasta llegar al tratado de Emanuele Tesauro que, en 1654, resume y concluye la tradición. Con estos discursos la empresa se ve integrada en el campo de la Retórica y la Poética, examinada con especulación teórica y cada vez con un refinamiento de análisis mayor.

Emanuele Tesauro (1592-1675) publica en Turín, en 1654 *Il Cannocchiale Aristotelico* verdadera biblia del conceptismo. Esta monumental obra fue madurada durante mucho tiempo, y comprende un importante apartado que denomina *Agudezas de los símbolos*, entre los que incluye jeroglíficos, emblemas y, por supuesto, la *empresa*, a la que considera el más agudo parto del entendimiento humano. Cerca de treinta años antes, cuando Tesauro tenía unos treinta años, había escrito un tratado de la divisa que permaneció inédito hasta 1975: *Idea delle perfette imprese*[54]. En esta obrita ya se veía el núcleo teórico que luego extenderá en el *Cannocchiale*.

En la *Idea de la Perfecta Empresa* Tesauro sitúa la elaboración de empresas entre las artes de la persuasión, y siguiendo el método aristotélico, se sirve de tres puntos de partida:

1. La etiomología del nombre
2. Un ejemplar de algún individuo que haya conseguido general aplauso
3. El común sentir de los que bien o mal raciocinaron

Sobre el punto número 1, veáse la cita que he insertado en el apartado "Manera de ostentar las empresas".

A continuación, pasa a señalar los nombres que la empresa recibe en francés: *armoiries* y *devises*... en lengua griega podía llamarse *HEROGLYPTA*, esto es, esculturas heroicas, a distinción de *HIEROGLYPTA*, esculturas misteriosas; en latín, *ARGUMENTA HEROYCA* o *SYMBOLA HEROICA*; en italiano, por la práctica se

54. Emanuele Tesauro, *Idea delle perfette imprese; testo inedito a cura di Maria Luisa Doglio*, Firenze, Leo. S. Olschki, 1975; la traducción al francés: *L'Idée de la parfaite devise*, traducción del italiano de *Idea delle perfete imprese esaminata secondo gli principii di Aristotele per D. Emanuel Tesauro* (1629) por F. Vuilleumier, prefacio de F. Vuilleumier et P. Laurens, Paris, Les Belles lettres, 1992.

entiende bastante el nombre de IMPRESE cuando se habla de símbolos. Pero por sí solo, a fin de que se quite el equívoco ya dicho, convendría llamarlas *IMPRESE SYMBOLICHE*. Todo ello lo justifica amplísimamente.

En cuanto al segundo aspecto que Tesauro acomete (centrarse en un ejemplar de algún individuo que haya conseguido general aplauso), considera que a la empresa de Luis XII, rey de Francia, le toca la primera palma; la *pictura* de ésta es el *puerco espín*, que despide sus espinas por todas partes con este mote: *EMINUS, ET COMINUS*: "Yo hiero a mis enemigos de lejos y de cerca". Ya la habían alabado Giovio y Bargagli.

Considera un acierto la figura, que

> *es noble, hermosa, curiosa, erudita* y propio *símbolo* de la milicia, como la describe Claudiano, porque maravillosa, hermosa y peregrina cosa es ver esta belicosa fiera llevar el cimero en la cabeza, el terror en el aspecto, el fuego en los ojos y un batallón de rizadas flechas sobre el espinazo, que haciendo de sí mismo saeta, arco y aljaba, traspasa al vecino contrario con el impulso y de lejos esparce una selva de volantes saetas, con tal destreza y arte que ningún práctico artillero, ajustando la mira al ojo, más diestramente pudiera herir en el blanco. Pero además de esto, a la maravillosa *propiedad* del cuerpo simbólico es tan proporcionado y visible que en cualquier *escudo*, o pequeño o grande, en las *banderas*, en las *cubiertas* y en las *medallas*, con igual hermosura campea, llenando los ojos de agrado y la imaginación de espanto.

No son menores las perfecciones que se observan en el mote, porque los dos adverbios forman un agudo laconismo, y porque se crea una dependencia entre figura y mote de manera que el uno sin el otro no significan nada. El sonido de las dos palabras es armonioso, y se distribuye el texto en el espacio por igual. Además de eso, el mote tiene otro mérito: no haber sido inventado, sino tomado de los clásicos. Apunta varias posibles fuentes (Tito Livio, Lucano) y concluye que esta empresa puede enseñar más sobre el arte de las empresas que muchos libros juntos.

El capítulo XV del *Cannocchiale* lo dedica a sintetizar las opiniones de los autores acerca de la empresa. Se basa fundamentalmente en Bargagli. Confiesa

no haber hallado en los autores noticia de si el arte de la empresa proviene de la retórica o de la poética, consideración "muy importante para derivar preceptos de su fuente".

Establece como características que ha de tener la empresa:

I. Que la empresa sea una SEÑAL o SÍMBOLO *enderezado a pasar nuestro pensamiento al ánimo de otro,* restando indeciso si esta señal pueda ser igualmente genérica o específica, compuesta o simple, vocal o visible, si para explicarla basten señas sin voz o voz sin colores; o si un espíritu suelto pueda arrojar una empresa a otro espíritu con el pensamiento solo.

II. Que el pensamiento significado quiere ser HEROICO, *de donde la empresa tuvo su origen y el nombre,* quedando aún el litigio si este pensamiento quiera ser único y no multiplicado; si propio de uno sólo y no común de muchos, si la empresa está hecha o por hacer. También si mira a un pensamiento bélico solamente o si se extiende a un pensamiento piadoso, sagaz, amoroso, ridículo y jocoso, y también a los vicios de otro como a las proprias virtudes.

III. Que la empresa sea una manera de significar la más sublime e INGENIOSA *de todas las maneras simbólicas*; pero no viene al propósito cuál sea la manera más sublime, ni en qué consista el *ingenio*, la cual claridad es oscurísima al que la busca ni acaban de explicar si las maneras de los *jeroglíficos, reveses, armas gentilescas y emblemas* sean de la especie de las empresas, esencialmente, o accidentalmente diversas.

IV. Que en la empresa se busque figura de algún CUERPO, litigando aún si se deba excluir el cuerpo humano, si el abstracto, si el quimérico, si un cuerpo que represente lo que no tiene cuerpo, como un demonio, ángel o deidad.

V. Que el cuerpo contenga SEMEJANZA *fundada en alguna propiedad*, quedando aún el litigio si en una *propiedad* creída no subsistente, fabulosa y no verdadera, en potencia y no en acto. También si ella puede representar *desigualdad, contrariedad, negación o identidad.*

VI. Que a la empresa se ha de juntar el MOTE *de suerte que de lo conexo del mote con la figura salga todo el significado* no conviniendo aún si lo escrito sea de substancia o sólo de hermosura. Lo mismo por lo que mira a la cantidad de las palabras y a la claridad de ellas, aún se está cuestionando y casi balanceando la sombra con la luz.

VII. Que la empresa sea un concepto espiritoso de CUERPO y ALMA, ventilándose aún entre ellos cuál sea el *alma* y cuál el *cuerpo*, cuál el *sujeto* y cuál el *objeto*, cuál la *materia* y cuál la *forma*.

y a continuación fija una serie de tesis que va demostrando:

1. La perfecta empresa es una metáfora, es decir, *significar una cosa por medio de otra* y no por los propios términos.
2. La perfectísima empresa es una metáfora de proporción
3. Es metáfora de proporción por forma de argumento
4. Este argumento es poético
5. La empresa es un compuesto de cuerpo y alma
6. El cuerpo quiere ser verdadero y real
7. El cuerpo debe ser noble
8. Los cuerpos naturales se prefieren a los artificiales
9. La perfecta empresa no admite el cuerpo humano
10. La empresa debe ser mirable
11. El cuerpo debe ser nuevo pero conocible
12. La propiedad de la perfecta empresa debe ser aparente y actuosa
13. La propiedad de la empresa quiere ser singular
14. El cuerpo debe ser fácil de representar
15. El cuerpo será proporcionado al espacio
16. El cuerpo pide la unidad de la figura
17. El campo de las figuras quiere ser llano
18. El concepto de la perfecta empresa no es por modo de documento general, sino de pensamiento particular.
19. El concepto debe ser heroico
20. El concepto debe ser único
21. Se debe juntar el mote a la figura
22. El mote quiere ser agudo y breve
23. El mote pide ser equívoco
24. El mote debe ser de autor clásico
25. El mote busca la antítesis
26. El mote quiere ser latino

27. La perfecta empresa debe ser popularmente enigmática
28. La perfecta empresa debe ser apropiada
29. La perfecta empresa debe ser Ingeniosa
30. Debe mirar a algún fin retórico
31. La perfecta empresa ha de guardar el decoro

Tesauro concluye con la definición final de empresa:

> La empresa es una agudeza de proporción, a modo de argumento comparativo e ingenioso, que significa un pensamiento heroico por medio de alguna figura natural o artefacta; y de una propiedad peregrina y aparente, señalada con un mote breve y agudo.

Ofrece luego una censura de las empresas famosas, y remata con una conclusión:

> Yo sé que los holgazanes esperarían que yo hiciese una recopilación de símbolos y motes, para poder sin fatiga ninguna surtirse para fabricar empresas cuando la ocasión lo pidiese, como se hace de las ensaladas en los jardines. Pero aquí hemos querido enseñar la forma y no suministrar la materia de las empresas, dejándote a ti esta fatiga material. Delicadamente te he enseñado la práctica por medio del ejercicio, lectura y reflexión, señalándote libros utilísimos a tal ejercicio y también te he instruido a componer el índice categórico de todos cuerpos naturales y artefactos y asimismo te he enseñado bellos motes y hemistiquios vivaces de los más alabados poetas: los que para todo argumento te vendrán a propósito. Pero finalmente: *Labor improbus omnia vincit.*

Cuando se publica el libro de Tesauro el género de la empresa está ya comenzando su declive. Como casi siempre ocurre, cuando los teóricos intervienen, es cuando la frescura de los géneros ya se ha agostado. Sin embargo, la larga vida de la empresa continúa, evolucionada desde el *hortus conclusus* de los salones palaciegos del siglo XVI a ser una de las fuentes de erudición recomendadas por los oradores y retóricos en el siglo XVII, como se advierte en los tratados de

Gracián y del admiradísimo Padre Causino, que la incluyen entre las fuentes de noticiosa erudición. Todo el escritor que se precie deberá tener conocimiento de las empresas, que expandidas por la imprenta en numerosas colecciones, todavía en el siglo XVIII, sazonan discursos y sermones. La empresa tuvo larga vida en la oratoria sagrada, como prueba el éxito del repertorio de Picinelli, que se inició como un *codex excerptorius* personal y se convirtió en la gran enciclopedia que todos conocemos, arsenal de erudición simbólica para oradores, predicadores, académicos y poetas, como indica en su título[55].

55. *Mondo simbolico o sia Università d'imprese scelte, spiegate, ed illustrate con sentenze, ed eruditioni sacre, e profane. Studiosi diporti dell'Abbate D. Filippo Picinelli Milanese nei canonici regolari Lateranensi Teologo, Lettore di Sacra Scrittura e Predicatore privilegiato. Che somministrano à gli Oratori, Predicatori, Accademici, Poeti, etc. infinito numero de concetti. Con indici copiosissimi. In Milano, Per lo Stampatore Archiepiscopale, 1653.* Hubo otras tres ediciones en italiano, a las que se sumaron varias hasta bien entrado el siglo XVIII con la traducción al latín de Augustin Erath. La obra de Picinelli es algo más que el fruto de la paciente adquisición de *loci communes* de un erudito en su cartapacio o *codex excerptorius*; no puede concebirse sin la ayuda de sus hermanos de orden y del trabajo de su traductor, Erath, que amplió decisivamente el repertorio añadiendo muchas fuentes, sobre todo de autores alemanes.

Fig. 1: Adarga de Felipe II (México, c. 1572-1598). Armería del Palacio Real, Madrid.

Fig. 2: Alonso Coello, Infantes don Diego y don Felipe, 1579
(Descalzas Reales, Madrid).

Fig. 3: Disfraz de caballero vestido "a la antigua", con escudo para poner una empresa. Dibujo de Iñigo Jones (Inglaterra, 1610).

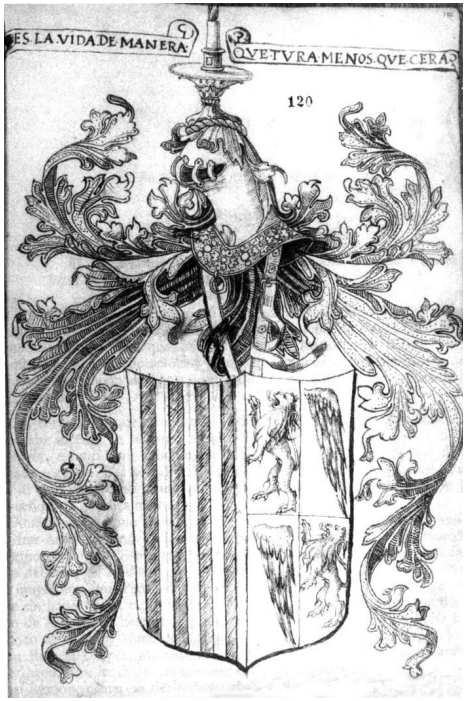

Fig. 4: Una de las cimeras con letras de *Batallas y Quincuagenas*.

Fig. 5: Retrato de Elizabeth I de Inglaterra, Pinacoteca Nazionale di Siena (Italia).

Fig. 6: Retrato de Elizabeth I de Inglaterra, por William Segar (1585), Hatfield House.

Fig. 7: Retrato de Elizabeth I de Inglaterra, por Marcus Gheeraerts (c.1600), Hatfield House.

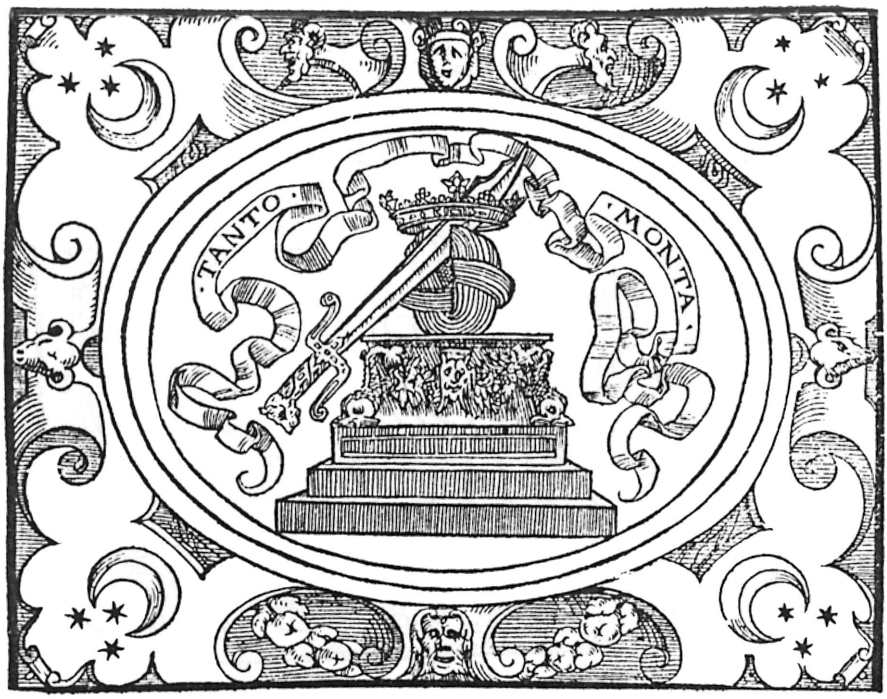

Fig. 8: Empresa del rey Fernando el Católico (Giovio).

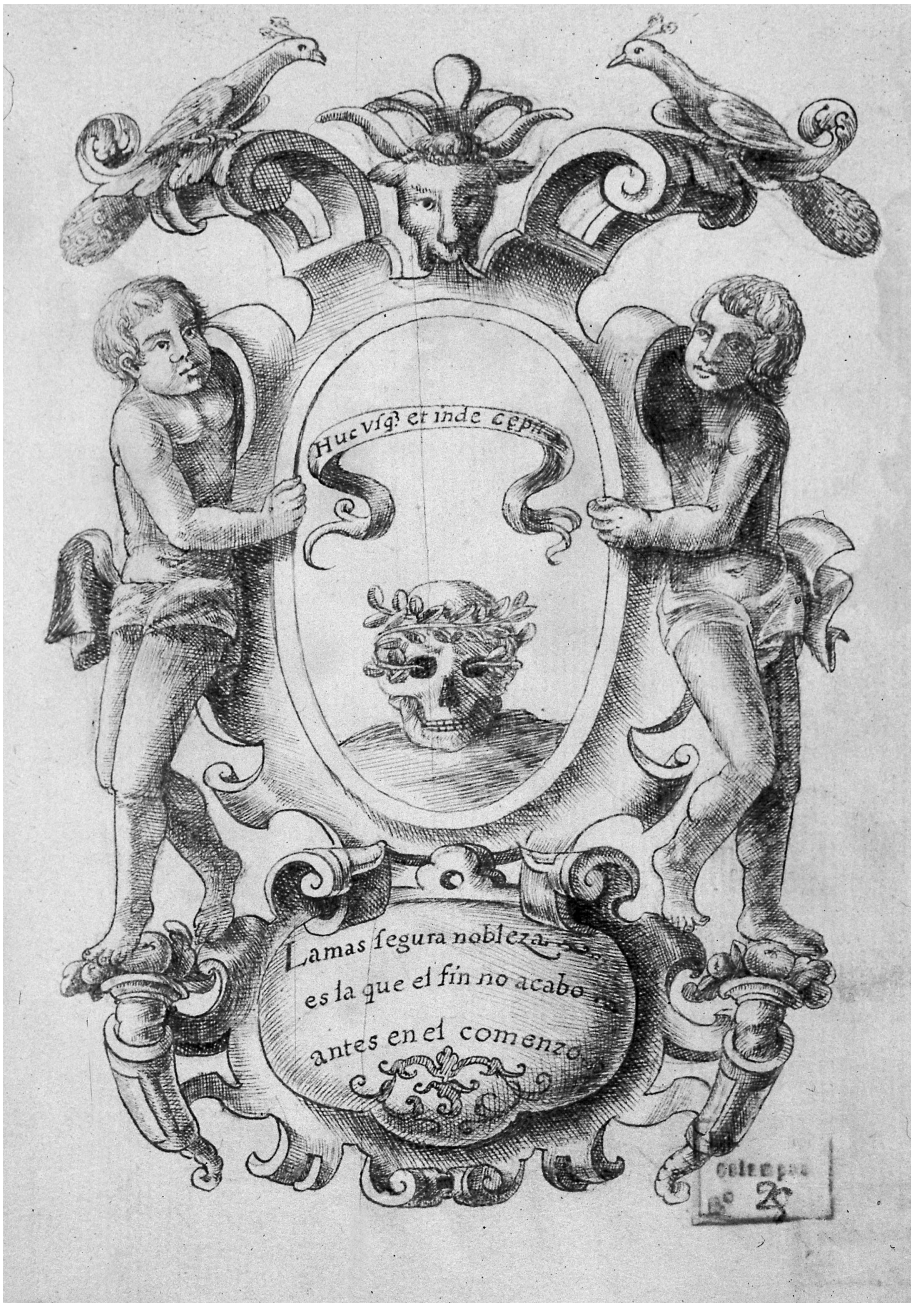

Fig. 9: Empresa de la familia Lastanosa (*Emblemas del conde de Guimerá*).

Fig. 10: Empresa de Vincencio Juan de Lastanosa
(*Emblemas del conde de Guimerá*).

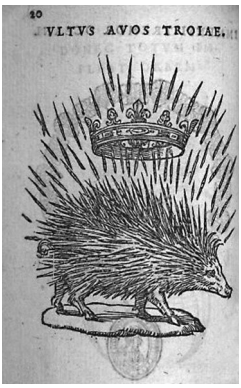

Fig. 11: Claude Paradin, Devises Heroïques, 1551.

Fig. 12: Giovio, empresa de Cosimo I de' Medici.

Fig. 13: Giovio, empresa de la duquesa Leonor de Toledo.

Fig. 14: *Museo* de Giovio y sus empresas. Museo Civico di Como (Italia).