

LAS EMPRESAS MORALES DE JUAN DE BORJA.

Matizaciones en torno a Emblemática e Iconología

RAFAEL GARCÍA MAHÍQUES
Universitat de València

Así, entiendo yo la iconología como una iconografía que se hubiera vuelto interpretativa, y que por tanto se ha convertido en parte integrante del estudio del arte, en lugar de permanecer confinada dentro de la función de un registro estadístico preliminar. (...) La iconología es, pues, un método de interpretación que procede más bien de una síntesis que de un análisis. Y lo mismo que la identificación correcta de los motivos es el requisito previo para un correcto análisis iconográfico, así también el análisis correcto de las imágenes, historias y alegorías es el requisito previo para una correcta interpretación iconológica.

E. Panofsky¹

Como ya he apuntado en el resumen-introducción que se ha hecho ya circular entre Uds. pretendo aquí hacer una breve reflexión en torno al modo particular como, desde la óptica disciplinar de la Historia del Arte, puede ser abordado el estudio de una obra emblemática. Es en concreto la disciplina iconológica la que ha proporcionado unas bases y ha propiciado unos frutos primerizos que, sin equívocos, nos pueden permitir el referirnos ya a un estilo, un modo típicamente hispánico de acercarnos a la Emblemática. Ello puede ser así, porque poco a poco, cada vez con mayor claridad y método, los historiadores del arte hemos ido encontrando nuestro específico régimen de comprensión de la Emblemática; al lado, claro está, de otros enfoques procedentes de la Historia de la Literatura, área esta última desde donde, por lo general, se plantean los estudios sobre emblemática en todo el mundo.

Mi intento personal, ahora y aquí, es aprovechar esta feliz coyuntura en la que, quizás, predomina el sector de los Historiadores de la Literatura —hasta ahora, mi experiencia personal ha ido en la relación inversa— para presentar lo

1 *El Significado en las Artes Visuales*, Madrid, 1979, p. 51.

que hacemos desde la Historia del Arte y anotar todo lo que de constructivo se sugiera en un encuentro interdisciplinar como lo es éste. Por otro lado, la presente ponencia parte de la presunción de preceder a una muy próxima publicación de la edición crítica y estudio iconográfico de las *Empresas Morales* de Juan de Borja; por lo tanto, he considerado como más adecuado para esta ocasión el referirme, más que a los contenidos concretos, o a las conclusiones de tal estudio, a exponer y razonar los fundamentos de método que me han permitido tal labor.

Los historiadores del Arte que nos hemos interesado por la Emblemática, lo hemos hecho motivados por el sugestivo mundo de la significación de sus imágenes, sintiendo la necesidad, primero de valorarlas desde el punto de vista iconográfico, mas luego, al tratar de considerarlas también como un artefacto cultural, resolver la cuestión en un ensayo iconológico por ser éste el marco más adecuado y lógico para su comprensión. Trataré hoy de demostrar que esto es posible, y que con ello también la Historia del Arte puede llegar a un feliz encuentro con la Historia de la Literatura, en comunidad de intereses, ya que la Emblemática, por su peculiar virtualidad de unir artes plásticas y literatura, constituye una ocasión propicia para ello. Al fin y al cabo, la Emblemática, que se nos muestra hoy como nexo para unir en diálogo a los estudiosos de ambas disciplinas, no hace sino apelar a la antigua unidad de todas las Artes, las cuales, y en especial en los siglos de la cultura del Barroco, siempre anduvieron unidas. Al propio tiempo, si finalmente se resuelve todo en Historia de la Cultura, no hacemos otra cosa que apelar al gran lazo de toda la humanística, puesto que la Historia de la Cultura es como el gran mar hacia donde confluyen los diversos ríos de las diferentes disciplinas.

Al hilo de todo esto, permítaseme que me atreva incluso a reivindicar en este foro la denominación de *Emblemática* al fenómeno cultural que es objeto de nuestro estudio, y no el restrictivo título de *Literatura emblemática* que, en todo caso, denota únicamente una de las partes intervinientes en este fenómeno cultural del Manierismo y del Barroco; y ello sin necesidad de tener que entrar en la distinción de si el fenómeno es esencialmente literario o no; en la discusión de si la esencia primera del emblema es el verbo o es la imagen. Sugiero pues Emblemática como sustantivo más apropiado, aclaratorio y unitario para denotar el fenómeno y al propio tiempo más integrador de las diferentes disciplinas o áreas de conocimiento por las que nos interesamos.

Esta peculiar posición de puente interdisciplinar que propicia la Emblemática es lo que de hecho ha de justificar una propuesta, base de la presente ponencia, que pretende esclarecer las bases de lo que puede ser la conjunción de un proceso iconológico y de una edición crítica aplicados a las *Empresas Morales* de Juan de Borja —pero aplicables a cualquiera otra obra—, una combinación de intentos, por cierto, que puede parecer a simple vista un tanto exótica por lo inusual. No obstante, ello podría ser así, gracias, sobre todo, a la sucinta prosa conceptista que Juan de Borja desarrolla, lo cual facilita —en este caso a un historiador del arte a quien, con justicia, se le puede considerar un intruso en la especializada labor de la crítica textual—, la operación de fijarla con

lenguaje actual. La exposición conjunta de texto e imagen, sobre cuya síntesis se basa el concepto emblemático, es algo que, por otro lado, resulta necesario de cara al análisis iconográfico y a la subsiguiente hermenéutica iconográfica, que también llamamos iconología. Y pretendo centrarme, en especial, sobre esto último.

Nuestro objeto de atención y estudio es la edición de Praga, de 1581, de estas *Empresas Morales* de Juan de Borja. Tal edición, realmente la *editio princeps*, es la que mejor nos permite una iconología, debido a la coherencia de su planteamiento. No cabe duda que es ésta la única edición de la que tenemos absoluta garantía de haber salido de la pluma de Juan de Borja y única también que conoció². Ciertamente, la segunda impresión realizada en Bruselas al cuidado de su nieto Francisco de Borja —cuando era arcediano mayor de la Catedral de Valencia y ex-Capellán mayor de las Descalzas Reales de Madrid—, un siglo más tarde de la primera edición de Praga, repite con fidelidad los cien conceptos emblemáticos de aquélla; pero tiene la particularidad de añadir una segunda parte, que abarca un total de ciento veinticuatro empresas inéditas que Juan de Borja, según confiesa el arcediano de Valencia "dejó manuscritas", por lo que "Personas doctas y zelosas (que las han leydo) me instan con viveza, que las imprima todas, las unas, porque no se hallan ya, y las otras, porque no se imprimieron". Mas se presumen serias dudas de que ello fuera exactamente como lo dice el arcediano; aunque tampoco aquí vamos a entrar en ello, que puede ser objeto de otro estudio. Lo que debe importarnos es que, aun suponiendo que fuera verdad que la segunda parte sea de auténtica mano de Don Juan de Borja, un hecho está fuera de toda duda: que sólo las cien empresas que constituyen la edición de Praga debieron ser, en su caso, la selección de todo lo que escribió, y es por ello que pueden soportar una consideración de conjunto unitario, con un auténtico plan cultural.

No voy a entrar ahora en el hecho de ser Juan de Borja el iniciador de un nuevo modelo emblemático, aunque ello es un aspecto de importante consideración, que ya fue observado en su día por Giuseppina Ledda, aquí

2 *EMPRESAS MORALES A LA S.C.R.M. DEL REY DON PHELIPE NUESTRO SEÑOR Dirigidas, por DON IVAN DE BORJA DE SV Consejo y su Embaxador cercala M. Caesarea del Emperador RVDOLPHO II, Praga, por Jorge Nigrin, 1581.* Un ejemplar de esta, —hoy muy rara— edición, se encuentra en el Palacio Ducal de Gandía, propiedad de los PP. Jesuitas, a quienes agradezco la gentileza de habernos proporcionado su acceso para el presente estudio. Conoce una segunda edición, con una portada grabada por M. Collin, que dice: *EMPRESAS MORALES, DE DON JUAN DE BORJA, Conde de Mayalde, y de Ficallo. DEDICALAS A LA S.C.R.M. DEL REY DON CARLOS II. NUESTRO SEÑOR, DON FRANCISCO DE BORJA, EN BRUSELAS, POR FRANCISCO FOPPENS, Impresor y Mercader de Libros, M.DC.LXXX.* Posteriormente conoce una traducción alemana: *Moralische Sinn-Bilder, übersetzt, von G.F. Scharffen, Berlín, 1698.* También una edición latina: *Emblemata Moralia (...) Latinitate autem donata a L.C.C.P., Berlín, 1697.* Vid. M. PRAZ, *Studies in Seventeenth-Century Imagery* (Roma, 1964), p. 281; o también P. F. CAMPA, *Emblemata Hispanica: an Annotated Bibliography of Spanish Emblem Literature to the year 1700*, Durham, 1990, pp. 36-37; y J. LANDWEHR, *French, Italian, Spanish, and Portuguese Books of Devices and Emblems, 1534-1827: a Bibliography*, Utrecht, 1976, pp. 57-58.

presente. Nos bastaría, a vuela pluma y en síntesis, poner de relieve que Juan de Borja con sus *Empresas Morales* ha llegado a inaugurar el modelo más genuino y particular de la Emblemática española: la de las Empresas con función de emblema; las "Empresas emblemáticas", si se me permite la expresión. Con Juan de Borja se ha creado la *Empresa hispánica*, un modelo de emblemática que será continuado, y del que serán felices representantes, justamente las obras emblemáticas españolas más universales: las *Empresas Políticas* de Saavedra Fajardo y las *Empresas Sacras* de Núñez de Cepeda. Insisto, en ello no entraremos ahora, ya que me interesa más poner aquí de relieve la perspectiva culturalista de la obra, aquello que nos proporciona los parámetros para plantear una iconología, que en definitiva no es otra cosa que una forma de hermenéutica que permita una comprensión histórica. Tampoco deseo entrar en el apartado de la teoría sobre el emblema y otros aspectos interesantes, pero secundarios para el fin que deseo en este breve coloquio; pero sí hacer unas breves puntualizaciones previas, las cuales intervienen en el marco metodológico.

En un emblema, en este caso una empresa emblemática de Juan de Borja, y esto es fundamental, no podemos diseccionar los entes gráfico y literario; es evidente que si un emblema es un concepto —en el sentido barroco del término—, y por lo tanto algo producido por la síntesis intelectual de diversos componentes, el separar algunos de estos para su estudio significa en la práctica romper, desmontar inútilmente el fenómeno. En todo caso, la disciplina iconográfico-iconológica considera el emblema esencialmente en su aspecto icónico, como un elemento parlante en sí, y donde la palabra y demás componentes, independientemente de cuál posea la esencia conceptual, son considerados y tomados como elementos de apoyo a la significación icónica. Por otro lado, sí podemos admitir la elemental y al mismo tiempo funcional disección entre forma y contenido, materia significante y significado conceptual, artificio conceptuoso y noción conceptual. Es ésta una doble vertiente que permite establecer una pauta de comprensión, tanto si ésta se hace desde el lado estructuralista, como si se hace desde el hermenéutico, vía, esta última, que en particular vamos siguiendo. Ello permite, ya de entrada, canalizar dos cometidos básicos: uno el análisis de la forma, del artificio significante, lo que compete a la iconografía; otra, la interpretación del tema, del contenido conceptual, algo que es ya iconología en sentido estricto. Trataré aquí, en el breve tiempo de que disponemos, de sintetizar lo esencial de algunas de las resoluciones más importantes de lo que puede ser una interpretación iconológica de las *Empresas Morales*, ya que el tiempo y la ocasión no condicionan otra cosa. Pasaré por encima la labor de fijación del texto, así como la larga fase de análisis iconográfico de las empresas, emplazando a los interesados a la futura edición que acabo de anunciarles.

No obstante quisiera, al menos como indicación, decir algo sobre el análisis iconográfico en emblemática; expresar lo que en mi opinión debe ser un cometido tal. Partamos de lo que en sentido estricto es la iconografía: una labor analítica que, con palabras de Panofsky, no es más que "una clasificación y

descripción de las imágenes". Pero siendo más preciso, asevera también este gran investigador germano:

(...) se trata, pues, de una investigación limitada, y por decirlo así, subalterna, que nos informa sobre cuándo y dónde determinados temas específicos recibieron una representación visible a través de unos u otros motivos específicos. (...) proporciona una base indispensable de cara a toda interpretación ulterior. No obstante, no pretende elaborar la interpretación en sí misma. Recopila y clasifica los datos sin considerarse obligada o capacitada para investigar sobre la génesis y el sentido de tales datos: la interacción entre los varios "tipos"; la influencia de las ideas teológicas, filosóficas o políticas; los propósitos y tendencias de los artistas y de los mecenas individualmente considerados; la correlación entre los conceptos inteligibles y la forma visible que en cada caso específico asumen éstos. En suma, la iconografía sólo toma en cuenta una parte del conjunto de los elementos que intervienen en el contenido intrínseco de una obra de arte, y que deben ser explicitados para que la captación de este contenido llegue a fraguar en un modo articulado y comunicable³.

Mas esta labor, a primera vista muy simple, de descripción de las imágenes, requiere un bagaje funcional, que el mismo Panofsky define como familiaridad con los temas y conceptos específicos relativos a la imagen: esencialmente el conocimiento y verificación de las fuentes, en particular las literarias; y con un principio controlador de la lectura: la historia de los *tipos*, es decir el "estudio de sobre la manera en que, en distintas condiciones históricas, los *temas* o *conceptos* fueron expresados mediante *objetos* y *acontecimientos*." Ello, en mi opinión, implica realmente una diacronía —aunque ello, en ortodoxia panofskiana pura, signifique ya realmente pura iconología, pues sobrepasa los límites estrictos de la iconografía—; *de facto* el análisis iconográfico es difícil de acometer sin considerar los entresijos de todo el proceso de configuración de una imagen, algo que, en buena lógica, debe ser la consecuencia del rastreo de fuentes exigido por el método en esta versión panofskiana. El resultado, de este modo, es una operación de análisis que verifica y patentiza todo un proceso de gestación icónica, en la que no han podido quedar ajenos los diferentes universos culturales que a lo largo de los tiempos han sido los valedores de unas imágenes concretas, las cuales de algún modo son antecesoras de otras, formando así una cadena, hasta llegar a la imagen actual que es objeto de nuestro estudio. Éste es, en síntesis, el programa teórico aplicable a toda obra emblemática, en donde un emblema es una historia, una metáfora o una alegoría, una imagen en suma, cuya realidad esencial la podemos vislumbrar oteando en un amplio horizonte intertextual de tipo histórico. No me detengo ahora a ilustrar esto con ningún ejemplo o muestra, y emplazo a los interesados a algunos ensayos que ya han ido apareciendo⁴.

3 E. PANOFSKY, *op. cit.*, pp. 50-51.

4 Recomendando en especial mi anterior estudio *Empresas Sacras de Núñez de Cepeda*, Madrid, Tuero, 1988; o mejor, para un enfoque más maduro, la próxima edición de *Empresas Morales de Juan de Borja*, que tengo en preparación.

Por lo que respecta ya a la hermenéutica, es evidente que para poder hablar de iconología, es necesario precisar previamente un ámbito *conceptual concreto*, un *contexto*, donde la imagen, en este caso una empresa, cobra sentido, y en función de ello poder establecer conclusiones interpretativas. En un anterior trabajo, a propósito de una reflexión sobre la lectura del texto visual artístico, concluía con una serie de afirmaciones, entre las cuales traté de delimitar la noción disciplinar de contexto en el lenguaje icónico⁵, y dentro de las coordenadas de la iconología, el cual podía ser entendido como el conjunto formado por una tradición cultural convencionalizada más el ámbito extensional actual de la obra objeto de interpretación⁶. A partir de ello, podíamos, dije, formular el bosquejo básico de una teoría metodológica para la lectura del texto artístico a partir de su contexto, cuyas tareas-marco fundamentales eran: (i) la elaboración o definición diacrónica del complejo árbol ramificado que vendría a constituir la tradición cultural convencionalizada de cada una de las diversas unidades culturales manifestadas sógnicamente a lo largo de los tiempos; y (ii) buscar las claves que permitiesen concretar diferentes ámbitos conceptuales que ofreciesen la referencia extensional actual de la obra. Podíamos entender, a partir de ello, que la interpretación de la obra, como explicación de su significado, o extensión- nalización semántica de su texto consistía en hallar la intersección de estos dos ámbitos de su contexto, es decir el desvelar el juego de relaciones entre el conjunto de formas intensionalizadas en la obra, como confluencia de la tradición cultural convencionalizada con el universo conceptual e imaginario de las referencias⁷. La delimitación de la tradición cultural convencionalizada, evidentemente, es ello algo que lo tenemos realizado en lo que hemos denominado análisis iconográfico —que acabamos de obviar—. Nos falta pues, definir el ámbito correspondiente al universo conceptual e imaginario de las referencias actuales de la obra.

5 R. GARCÍA MAHÍQUES, "La Emblemática y el problema de la interpretación icónica: el caso de las *Vaniúas*", ponencia del *I Simposio Internacional de Emblemática*, Teruel, 1994, pp. 59-91.

6 Más en concreto, estas son las conclusiones: (i) que el significado de una obra, en el momento de su génesis, se basa fundamentalmente en una denotación básica, es decir aquello que el artista quiere exactamente comunicar, (ii) que el espectador podía construir significados diferentes de los denotados originariamente a partir de unas connotaciones concretas, las cuales devenían así mismo en denotaciones; (iii) que tanto las denotaciones básicas, como las connotaciones, estaban determinadas tanto por una *tradición cultural convencionalizada*, como por un *ámbito conceptual e imaginario* actualizador de la obra artística, con el que se interseccionaba; y (iv) que tradición cultural y ámbito conceptual e imaginario constituían lo que llamamos *contexto*.

7 El mundo semántico intensionalizado de un cuadro o texto, y el mundo semántico como universo de experiencia extensional del autor —o de los espectadores—, constituyen una clarificadora proyección de los conceptos de forma y de substancia del contenido, respectivamente, de acuerdo con la clásica formulación del sistema lingüístico de Luis Hjelmslev, para quien cada uno de los planos del signo —expresión y contenido—, se subdividen en forma y substancia. Asimismo, las categorías de extensionalización e intensionalización proceden de los conceptos lógicos de G. Frege, y han sido aplicados para la constitución de la semántica del texto verbal por Tomás Albaladejo, y por A. García Berrio y Teresa Hernández Fernández para el texto visual. *Cfr.* A. GARCÍA BERRIO y T. HERNÁNDEZ, *Ut poesis pictura, poética del arte visual*, Madrid, Tecnos, 1988, pp. 57 y ss.

Sobre esto último, descendiendo al concreto campo de la emblemática, huelga decir que cualquiera de las obras emblemáticas producidas entre los siglos XVI y XVIII son realmente un ámbito conceptual e imaginario ya definido y muy concreto. Cada uno de los libros de emblemas es un conjunto de pensamientos que han salido de la pluma, por lo general, de un solo autor, quien ha establecido un plan más o menos preciso, con un estilo, unos fines y desde una situación histórica concreta. Éste es el caso, por lo menos, de Juan de Borja, el primer emblemista español y quien merece se le reivindicque como el gran creador de la emblemática hispánica.

Es evidente que Juan de Borja no tuvo la pretensión de hacer un tratado de pensamiento moral; su propósito fue mucho más humilde, ya que sólo pretendió un sencillo manual, al tiempo que también el resultado, en el ámbito comunicativo, fue de gran eficacia, puesto que la forma emblemática de presentar la doctrina moral debió sin duda alguna facilitar la divulgación de los contenidos. Como en un calculado desorden, Borja nos ha ido presentando cada uno de los conceptos morales que ha preparado en forma de empresas emblemáticas. Pero dentro de este desorden, podríamos desentrañar un orden, una estructura bastante concreta acerca de un ideario, el cual podría ofrecernos las claves de dos factores: de un lado, la personal concepción del mundo así como la intención del autor; de otro, un boceto configurativo de aquello que podría entenderse como un modelo de sociedad. En cada una de las empresas se expresa un concepto —en el sentido barroco del término: una idea que percibe el entendimiento a partir de un artificio, que puede ser metafórico, alegórico, mnemotécnico, etc.—, es decir, una denotación moral concreta y principal, alrededor de la cual, incluso, se arraciman diversos matices connotativos, y otras denotaciones secundarias. Todo ello junto vendría a configurar un cuadro ideológico coherente.

Teniendo en cuenta esta observación, se puede tratar de precisar un posible esquema básico —entre muchos posibles—, el cual nos daría la perspectiva global y sintética del modelo moral e ideológico de las *Empresas Morales*. El objeto de nuestra atención es aquí, por lo tanto, el percatarnos del modo cómo un determinado modelo ideológico ha sido expresado por medio de una serie de conceptos o temas concretos. Este es, sumariamente, el criterio y el propósito de una *Interpretación Iconográfica* o Iconología.

Evidentemente, no tenemos aquí tiempo para hurgar en todos los rincones, que son muchos, de las *Empresas Morales*, ni siquiera en los aspectos más relevantes pero podríamos echar un rápido vistazo, como muestra de lo que se acaba de decir, a una vertiente interesante, aunque un tanto marginal respecto al contenido ideológico fundamental de las *Empresas Morales*. Se trataría de un tema que podríamos subtítular como «el cortesano y la diplomacia». Juan de Borja, recuérdese, era diplomático y hombre influyente en los círculos de la corte, por lo que no puede resultar extraño que cierto número de sus empresas tengan por objeto la expresión de observaciones a nivel de la alta política. Se trata en definitiva del inicio de lo que será luego la Emblemática Política. Dentro de este área de conceptualizaciones, resulta muy interesante entresacar algunos

de los pensamientos relativos al ambiente de los aledaños del poder, y en especial de ciertas actitudes personales, observadas en algunas empresas, donde advertimos veladas quejas, o incluso mensajes indirectos que, disfrazados de moralidad, probablemente Borja dirigiría a alguien. Todo ello nos conduce también a un aspecto que considero básico sobre la personalidad de Juan de Borja, y es que se trata de un individuo que da posiblemente el perfil característico del cortesano de los tiempos de Felipe II.

Un aspecto central a destacar, en todo esto, es la peculiar relación que existe entre la ambición y el sabio que hace vida retirada. Borja sabe que los ambiciosos suelen triunfar en la vida; en mayor o menor grado consiguen lo que se proponen. Aquí estamos ante un curioso fenómeno. El Siglo XVI —y mucho más lo será todavía el Siglo XVII, y la emblemática insiste mucho en ello— es una época de movilidad social en el sentido vertical. Los estudios están propiciando el acceso de algunos individuos hacia el estamento superior, y en el Barroco se irá a experimentar una contracción social en sentido contrario, la cual va a ser planificada y dirigida desde el poder. Los detentores de éste, el estamento privilegiado, advierten sobre las nefastas consecuencias que de toda la movilidad social podían producirse; no sólo porque suponía un peligroso aumento del número de los privilegiados, sino también porque, en el peor de los casos, la cualificación de personas de baja extracción social por medio de los estudios, y el hecho de que éstos emprendiesen la vía del «medro», podía agudizar el estado de descontento y tensión social, algo muy característico en una época tan sensible como ésta⁸. La solución o manera de impedir la movilidad estamental era, prioritariamente, cerrando escuelas o estudios en determinados lugares, sobre todo rurales puesto que muchos campesinos llevaban allí a sus hijos separándoles de aquellas ocupaciones para las que habían estado destinados por condición de nacimiento. Mas paralelamente se recurre a los resortes de la cultura para divulgar ideas tales como que no es bueno ocupar lugares encumbrados, ya que el estar en las alturas suponía el peligro de ser de allí derribado y encontrar fatal caída; o que el sabio era aquel que sabía encontrar siempre la medianía, siendo ésta la auténtica virtud, la posición ideal en la vida. La *Empresa 95*, que muestra un rayo derribando la torre es un auténtico paradigma de todo ello:

8 Este aspecto está muy bien tratado por J. A. MARAVALL, *La cultura del barroco*, Madrid, 1975 (1980), pp. 276 y ss.

CONCEPTO

Rayo que se precipita sobre una torre

Cuando uno ha subido a una cumbre es más fácil ser de allí derribado, por ser mayores los peligros cuando el estado es más alto.

IDEAS COMPLEMENTARIAS (*) E IDEAS CONNOTADAS (+)

- * Es más seguro quedarse uno en el estado en que nació.
- + La ambición significa mayores trastornos en la vida de uno.
- + No es bueno que la sociedad altere sus estamentos. Cada ciudadano debe contentarse con el estamento en que le ha tocado vivir.



EMPRESA XCV. *Celsae Graviore Casu Decidunt.*

(Las cosas altas dan mayores caídas)

Imagen clásica del haz de rayos jupiterino

Debe el hombre huir de la proximidad de los Príncipes y poderosos para no ser víctimas de su ira.

- * Además, en los aledaños del poder, se advierte de otros desasosiegos: esperanzas vanas, ansias, cuidados, falsos contentamientos y fingidas amistades de los Príncipes.
- + Insistencia sobre la conveniencia de no ambicionar.

Justamente esta empresa, basada en una oda de Horacio, nos sitúa en las raíces culturales mismas del fenómeno: el *aurea mediocritas*, o la 'vida retirada', que había sido uno de los referentes más importantes de la lírica renacentista castellana, a partir del segundo tercio del Siglo XVI, y que constituyen lo que Blüher califica como exponentes de estoicismo popular y temprano en el panorama cultural hispánico. Sirve de muestra este pequeño detalle del epistolario versificado que intercambian Diego Hurtado de Mendoza y Juan Boscán; escribe el primero:

Yo, Boscán, no procuro otro tesoro
sino poder vivir medianamente,
ni escondo la riqueza ni la adoro.



EMPRESA XLIV. *Procul*. (Lejos)

A lo cual responde Boscán:

Así el sabio que vive descansado,
sin nunca oír el son de las pasiones (...)⁹

Este género de estoicismo surge en la poesía cuando se trata de imitar a Horacio. No es todavía una muestra de la actitud estoica que se fortalecerá en el panorama intelectual hispano desde el último tercio del S. XVI —algo que, hay que considerar seriamente también en las Empresas Morales de Juan de Borja—, y sobre todo en el siglo siguiente, sino más bien una actitud que se mantiene dentro del plano de una sabiduría ecléctica vinculada al clasicismo. Más relevante es quizás la siguiente traducción libre que de un texto de Séneca hace Fr. Luis de León, y que hay que entender dentro de las coordenadas culturales que estamos tratando:

Esté quien se pagase poderoso
de la corte en la cumbre deleznable,
viva yo en mi sosiego y mi reposo.

De mí nunca se escriba ni se hable;
mas en lugar humilde, y olvidado
goce del ocio manso y amigable.

No sepan si soy vivo, si finado,
los nobles y los grandes, y mi vida
se pase sin oír cosas de Estado.

Así cuando la edad fuere cumplida,
y mis días pasados sin rüido,
la muerte no será mal recibida.

No moriré enojoso y desabrido:
la muerte llama grave, y no la quiere
el que de todo el mundo conocido,
sólo de sí desconocido muere¹⁰.

Evidentemente, no podemos aceptar que Juan de Borja comparta totalmente estos planteamientos, cuando justamente fue él un hombre con auténtica vocación para las cosas de Estado, desviviéndose por los asuntos de la corte, hasta el punto de hacerse llevar en silla, cuando su capacidad física se lo impedía, y hasta el final de sus días, como se desprende de los datos biográficos que conocemos. Es por ello que, al paso que recurre a los tópicos de la *aurea mediocritas*, no olvida filtrar otros mensajes concretos —insistiendo en lo que he referido antes—, que, disfrazados de moralidad, muy probablemente deslicen

9 Cfr. M. MENÉNDEZ PELAYO, *Horacio en España*, en *Bibliografía Hispano-Latina clásica*, VI, pp. 410 y 413 respectivamente. La relación del estoicismo con la lírica renacentista esta tratada por K. A. BLÜHER, *Séneca en España*, Madrid, Gredos, 1983, pp. 298-318.

10 Se trata de una traducción de un pasaje del Coro de la tragedia de SÉNECA, *Thyestes*, 391-403. No está claro del todo que se trate de Fr. Luis de León, ya que en un códice antiguo aparece el nombre de un tal Lope de Salinas. *Obras completas castellanias*, ed. al cuidado de F. GARCÍA, pp. 1629-1630. Cfr. también BLÜHER, *op. cit.*, pp. 309-310.

veladas sentencias, y por donde, subliminalmente, asomen ciertas quejas o intenciones, dirigidas a un destinatario muy concreto, a quien, suponemos, no le debieron caer en saco roto. En suma, Don Juan de Borja se nos muestra como un auténtico lince en el oficio que desempeñó a lo largo de su movida vida: la diplomacia. Veámoslo en el siguiente cuadro sintético.

El cortesano y la diplomacia

La Tortuga que llega tarde a las bodas de Júpiter, dando como excusa el encontrarse más a gusto en su propia casa, por lo que fue castigada a llevarla siempre a cuestas.

El dichoso y afortunado lo ha de ser en su propia patria.

- * Advertencia sobre los trabajos que pasan aquellos cuya «ruin fortuna» les obliga a andar fuera de sus casas.
- + Valoración de los inconvenientes que trae consigo el dedicarse a la diplomacia: "castigo [el de la tortuga] que cualquier hombre cuerdo lo había de tomar de buena gana, y mayormente si hubiere probado el trabajo que es peregrinar la mayor parte de la vida."



EMPRESA XLI. *Domus Optima.*

(No hay cosa mejor que la propia casa).

La vid, arrojada por los suelos a causa de fallarle el apoyo sobre el que se sustentaba

El que haya puesto sus esperanzas en el favor de un Príncipe o poderoso, cuanto mayor sea su ambición, mayor frustración sentirá si viere arruinadas sus esperanzas.

- + Queja velada por haberle faltado apoyo en determinada ocasión: "(...) de la misma manera se puede quejar quien le ha faltado el favor y ayuda que esperaba, y tanto más si le faltó pudiendo ayudarle y estando obligado a hacerlo, que es lo que se siente doblado."



EMPRESA XL. *Ipse Decaepit me.*

(Él me ha engañado)

Cosecha con manojos de trigo

Cuanto se siente satisfacción por lograr lo que uno ha afanado, tanto más se siente dolor si alguien se aprovecha de lo que se ha trabajado.

- + Posible queja personal por haber perdido, en favor de otro, algún beneficio merecido: "(...) tanto por lo contrario lo siente más el que mucho ha trabajado y afanado si, al tiempo que espera el premio de lo que ha servido y merecido, ve coger y gozar a otro el fruto de sus trabajos."



EMPRESA XLII. *Non metentis sed seminantis.*

(No del que los siembra sino del que los siega.)

Águila herida con una flecha emplumada con sus propias plumas

Las heridas con las propias armas son más dolorosas.

- * El dolor de sentirse rendido ante un tirano
- * El dolor de sentirse traicionado por aquel a quien confió su secreto.
- * El dolor de no sentirse correspondido por aquel a quien puso en buen lugar con algún príncipe.



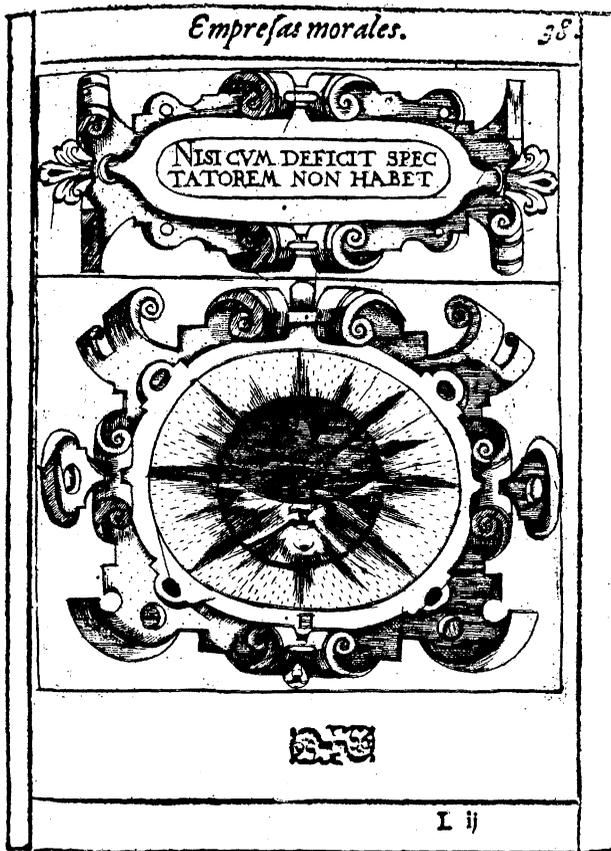
EMPRESA IX. *Bis Pereo.*

(Doblado sienta la muerte)

Sol eclipsado

Los defectos se notan más que las virtudes.

- * Hay a quien se le notan más los descuidos pequeños que los servicios grandes que hubiere hecho: "A quien aconteciere que se noten más sus descuidos pequeños, que los servicios grandes que hubiere hecho, y quisiere darlo así a entender, puede tomar esta empresa del Sol eclipsado."



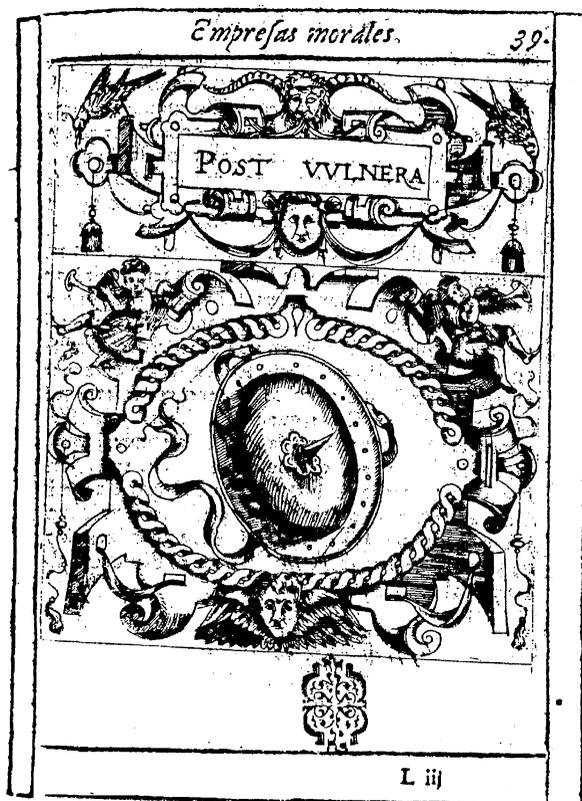
EMPRESA XXXVII. *Nisi cum deficit spectatorem non habet.*

(No hay quien lo mire sino cuando está con falta.)

El escudo

El remedio que se espera, cuando llega tarde, añade mayor dolor y pesar a la desgracia.

- + Posible queja respecto a algún suceso diplomático: "Cuanto más provechoso es el socorro o remedio si se hace a tiempo y cuando es menester, tanto por lo contrario si es hecho a deshora y después de perdida la ocasión, se convierte en mayor pesar, sintiendose doblado el daño que se ha recibido en no haber llegado a tiempo que fuese de provecho."



EMPRESA XXXVIII. *Post Vulnera.*

(Después de las heridas.)

Es doblemente doloroso que, habiendo alcanzado lo que se pretendía luego de gran lucha, no poderlo gozar o perderlo: "Aunque es muy grande el contentamiento que se recibe cuando se alcanza lo que mucho se ha deseado y trabajado, es mucho mayor el pesar y dolor que se siente si luego, después de alcanzado, se pierde."



EMPRESA XXVII. *In Portu Pereo.*

(En el puerto perezco)