

EL DUQUE DE LERMA

Poder y literatura
en el Siglo de Oro



Dirigido por
JUAN MATAS CABALLERO,
JOSÉ MARÍA MICÓ JUAN
Y JESÚS PONCE CÁRDENAS

Imagen de cubierta:

Juan Pantoja de la Cruz, *Francisco Gómez de Sandoval y Rojas, duque de Lerma*, detalle.
1602. Óleo sobre lienzo, 204 x 101 cm. Sevilla, Fundación Casa Ducal de Medinaceli.

Centro de Estudios Europa Hispánica (CEEH)

C/ Felipe IV, 12 – 28014 Madrid

91 369 22 54

www.cceh.es

© de la edición: Centro de Estudios Europa Hispánica, 2011

© de los textos: sus autores, 2011

© de las ilustraciones: ver Créditos fotográficos, p. 417

Diseño de colección: Fernando Villaverde Ediciones, S.L.

Diseño de cubierta: Marta Baztán

Realización de la cubierta: Centro de Estudios Europa Hispánica (CEEH)

Maquetación y preimpresión: Grafía S.L.

Impresión: Liagrafic S.L.

ISBN: 978-84-936776-7-1

Depósito legal: M-4489-2011

Impreso en España

EL DUQUE DE LERMA

Poder y literatura
en el Siglo de Oro



Dirigido por
JUAN MATAS CABALLERO,
JOSÉ MARÍA MICÓ JUAN
Y JESÚS PONCE CÁRDENAS

CEEH
Centro de Estudios
Europa Hispánica

Índice

- 7 JUAN MATAS CABALLERO, JOSÉ MARÍA MICÓ Y JESÚS PONCE CÁRDENAS
Introducción
- 11 MERCEDES BLANCO
El *Panegírico al duque de Lerma* como poema heroico
- 57 JESÚS PONCE CÁRDENAS
Taceat superata vetustas: poesía y oratoria clásicas en el *Panegírico al duque de Lerma*
- 105 ANTONIO CARREIRA
Fuentes históricas del *Panegírico al duque de Lerma*
- 125 JUAN MATAS CABALLERO
De los sonetos laudatorios al *Panegírico*: avatares estilísticos gongorinos
- 155 ANTONIO PÉREZ LASHERAS
Góngora en 1618: burlas y veras de un cortesano poco avezado
- 169 LAURA DOLEI
El estilo sublime en el *Panegírico al duque de Lerma*
- 189 JOSÉ MANUEL MARTOS Y JOSÉ MARÍA MICÓ
Góngora o el arte de la octava: entre el *Polifemo* y el *Panegírico*
- 207 MARÍA D. MARTOS PÉREZ
Representaciones barrocas del poder (Góngora, Rubens, Pantoja de la Cruz)

- 235 SAGRARIO LÓPEZ POZA
La cultura emblemática bajo el valimiento del duque de Lerma (1598-1618)
- 263 FRANCIS CERDAN
El sermón de Paravicino en la dedicación del templo de Lerma (1617)
- 275 MARÍA LUISA LOBATO
Las fiestas de Lerma: paisaje y teatro en *El Caballero del Sol*, de Vélez de Guevara
- 295 ARACELI GUILLAUME-ALONSO
El duque de Lerma y las fiestas de toros: de lo taurino a lo encomiástico
- 317 ISABEL COLÓN CALDERÓN
Linajes de mujeres y linajes nobiliarios: Rodrigo Calderón, Bernardo de Sandoval y Rojas, el duque de Lerma y su entorno femenino en los textos de Luisa de Carvajal
- 341 CARLOS PRIMO CANO
El conde de Lemos y la poesía encomiástica: breve noticia de unos versos gongorinos
- 6 355 GERMÁN VEGA GARCÍA-LUENGOS
El Valladolid cortesano y teatral de Felipe III (1601-1606)

Apéndice

- 387 LUIS DE GÓNGORA Y ARGOTE
Panegírico al duque de Lerma (1617)
- 399 Índice onomástico

López Poza, Sagrario, «La cultura emblemática bajo el valimiento del duque de Lerma (1598-1618)», en *El duque de Lerma. Poder y Literatura en el Siglo de Oro*, Juan Matas, José María Micó y Jesús Ponce (dirs.), Madrid, Centro de Estudios Europa Hispánica (CEEH), 2011, pp.235-262, ISBN: 978-84-936776-7-1

La cultura emblemática bajo el valimiento del duque de Lerma (1598-1618)* Sagrario López Poza

La vida de don Francisco de Sandoval y Rojas (1553-1625) coincidió con el apogeo del esplendor de la cultura emblemática, que llegó a España con cierto retraso si comparamos el fenómeno con países como Italia y Francia. Aunque existía una larga tradición desde la Edad Media del uso de la alegoría y otras modalidades simbólicas, en la Italia de finales del siglo XV y la primera mitad del siglo XVI se desató un interés entre la clase intelectual y los cortesanos por el hermanamiento entre palabra e imagen, ligado en parte a los círculos neoplatónicos¹ y en parte también a la difusión a través de la fiesta pública primero y de la imprenta después de las diferentes modalidades de la cultura emblemática: empresas o divisas, emblemas, jeroglíficos...

Dedicaré una parte de mi exposición a una presentación y contextualización de las diversas modalidades del género del emblema y a continuación ejemplificaré lo expuesto con algunos usos de la Emblemática ligados al duque de Lerma, a cortesanos de su época o al propio rey Felipe III, la reina Margarita o la infanta Isabel Clara Eugenia.

Modalidades emblemáticas

El primero de los géneros al que se suele atender en los manuales de Emblemática es el *emblema*, pero si siguiéramos un criterio cronológico, es la *empresa* o *divisa* (género que algunos consideran proto-emblemático) el que precede a todas las demás modalidades.

La empresa

Una empresa es una imagen (con frecuencia de un animal, una planta o un objeto) a la que llamaban *cuero* (hoy suele denominarse *pictura* en las concepciones retóricas de los estudios de emblemática) acompañada de una o varias palabras, por lo general en latín, que recibían el nombre de *mote*, *lema* o *alma* (hoy lo denominamos *inscriptio*). El conjunto de esos elementos forman una empresa, cuyo objetivo es transmitir un ideal de vida, una intención elevada de la persona que la ostenta. Podríamos considerarla como una tarjeta de visita que muestra los altos ideales de quien la presenta.

Entre las definiciones de empresa, la que da Sebastián de Covarrubias (emblemático el mismo) en su *Tesoro de la lengua castellana o española* (1611) es de las más acertadas:

EMPRENDER. Determinarse a tratar algún negocio arduo y dificultoso; del verbo latino *apprehendere*, porque se le pone aquel intento en la cabeza y procura ejecutarlo. Y de allí se dijo empresa el tal acometimiento. Y porque los caballeros andantes acostumbraban pintar en sus escudos, recamar en sus sobrevestes, estos designios y sus particulares intentos, se llamaron *empresas*; y también los capitanes en sus estandartes cuando iban a alguna conquista. De manera que *empresa* es cierto símbolo o figura enigmática hecha con particular fin, enderezada a conseguir lo que se va a pretender y conquistar o mostrar su valor y ánimo.

Si seguimos en vez de la denominación italiana (*impresa*) la francesa, hablamos de *divisa*. Ambos términos se usaban como sinónimos.

Como ejemplo, puede sernos útil ver una de las empresas que usó Francesco Gonzaga, cuarto marqués de Mantua (1466-1519)² (fig. 1). En ella vemos unas manos que se estrechan y el lema *IN ÆTERNUM*. Con esta empresa, el marqués transmite que cuando establece amistad con alguien, lo hace para siempre. El diseño de esta composición es uno de los más sencillos: una locución latina como mote que significa 'para siempre' y una imagen de dos manos que se estrechan, motivo que ya aparecía en las monedas romanas para simbolizar *concordia* o *amor mutuo*.

En ocasiones, las empresas se confunden con la Heráldica, pues fue frecuente el uso en paralelo de ambos sistemas de representación, pero los blasones heráldicos no presentan palabras y contienen elementos que se refieren no sólo a un individuo, sino a una familia o estirpe, y como algo no voluntario, sino consecuencia de su nacimiento. La empresa ganó terreno en el siglo XV como signo de identificación particular, de un solo individuo, ansioso de mostrar sus virtudes e ideales caballerescos. Las empresas fueron en un principio propias de caballeros o damas nobles, con humanistas a su servicio capaces de idear semejantes composiciones con el debido conocimiento. No sólo sirvieron como manifestación de un ideal del portador (en este caso se calificaban de

heroicas), sino también como medio de comunicación amorosa entre un caballero y su dama. La variante principal entre empresas heroicas y amorosas era que estas últimas se servían con frecuencia de la agudeza verbal más que de la conceptual (en parte porque el mensaje iba destinado a veces a damas que no sabían latín ni otras lenguas) y eso fue criticado por los preceptistas cuando empezaron a escribir y publicar sus tratados, pues consideraban que esa especie de mensaje en cifra era pedestre y burdo, y sólo permitía que se entendiera la empresa en una lengua.

En España tuvo esta forma de empresa gran éxito, y así lo reconoce el primer preceptista del género, Paolo Giovio, en su *Dialogo dell'impresa militari e amorose* (escrito en 1551, publicado póstumo en 1555, con gran fortuna editorial posterior) y también lo constata mucho más tarde Baltasar Gracián, en el discurso LVII de su *Agudeza y arte de ingenio* (1648):

Las amorosas empresas no pueden dejar de ser ingeniosas, porque lo es el amor. [...] Las propias de España son totalmente diversas de éstas. 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.³

Es bien conocida al respecto la anécdota de la esportilla, que fue muy aprovechada en el siglo XVII, como constata la abundancia de textos que la citan (Melchor de Santa Cruz en su *Floresta española*; Francisco Agustín Tárrega en *Discurso o recopilación de las necesidades más ordinarias en que solemos caer hablando*⁴; o Calderón en su comedia *La casa holgona*, que es el que con más gracia lo relata):

ANTÓN: [...]

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».⁵

El mismo tipo de juego de agudeza verbal y no conceptual se producía en una empresa de Isabella d'Este, que no lleva mote y sólo presenta como *pictura* un número romano: XXVII (fig. 2).



1. Una de las empresas de Francesco IV Gonzaga, marqués de Mantua. 1464-1519. Múnich, Bayerische Staatsbibliothek.



2. Una de las empresas de Isabella d'Este, marquesa de Mantua. 1464-1539. Múnich, Bayerische Staatsbibliothek.



3. Empresa de Isabella d'Este, marquesa de Mantua. 1464-1539. Múnich, Bayerische Staatsbibliothek.

naran sus ideales o deseos de transmitir una imagen de su persona. Su número no solía exceder, salvo casos excepcionales, de dos o tres. Un caso algo excepcional es el de Isabella d'Este, de quien conocemos trece.

Por el sentido individual que se asocia a la empresa, debería ser ostentada sólo por un individuo, y así Girolamo Ruscelli, en su *Discorso intorno all'inventioni dell'Imprese, dell'Insegne, de' Motti, et delle Livree*, indica que no debe ser heredada, salvo en casos extremos⁸; pero la realidad es que hubo familias que usaron durante varias generaciones la misma empresa que identificó a un miembro destacado de ellas. Es el caso, por ejemplo, de la más famosa empresa de Isabella d'Este (1464-1539), marquesa de Mantua, sin imagen alguna y con el mote NEC SPE NEC METV (fig. 3), que llegó a ser tan representativa de ella que la usó tras su muer-

te su hijo Ferrante Gonzaga. Así lo indica Paolo Giovio al comentar que él había diseñado una empresa para Andrea Gonzaga, el hijo de Ferrante⁹.

El sentido de la empresa parece transmitir el concepto de la amistad expresado por Séneca en la VI de sus epístolas a Lucilio, aunque el filósofo no emplea la misma fórmula, sino «*non spes, non timor*»: «[...] *quam non spes, non timor, non utilitatis suae cura diuellit, illius cum qua homines moriuntur, pro qua moriuntur*»¹⁰ (Sen. epist. 6.2). Se refiere a la amistad verdadera, no movida por el interés propio ni por el miedo¹¹.

Una interesante referencia a la importancia de las empresas como representación, alternándose con el blasón, la da el monje benedictino Vincenzo Borghini en una carta al duque de Florencia, Cosme I de Médicis, recomendando lo que podía hacerse en Florencia para los festejos de la primera boda de su hijo, Francesco de Médicis, en 1565, con Juana de Habsburgo-Jagellón, hija de Fernando I, el emperador del Sacro Imperio Romano Germánico. Aconseja que se coloquen las empresas en todas partes, pues tienen más gracia y ornamento que los propios blasones del príncipe, y lo representan de igual modo; pone como ejemplo festejos de entradas solemnes de Car-

Al mencionarla en su *Dialogo*, Paolo Giovio no puede aprobarla como perfecta, aunque no lo manifiesta tan crudamente y se muestra condescendiente, diciendo que puede tolerarse ese empleo en una mujer... Al leer el número 27 (en italiano *venti-sette*) la pronunciación se asemeja muchísimo a *vinti sette*, y transmitiría un mensaje de triunfo de Isabella sobre todas las maquinaciones y conjuras que hubo de vencer; es pues un mensaje que textualmente indica «vencidas las sediciones»⁶.

El abuso de ese tipo de empresas es denunciado también por Gracián al hablar de los ingeniosos equívocos en el discurso XXXIII de su *Agudeza y arte de ingenio*, aludiendo al conde de Villamediana y las especulaciones sobre su desdichado fin: «Lo mismo es cuando es la equivocación atrevida y peligrosa, como aquel que en unas fiestas sacó la librea sembrada de reales de a ocho, con esta letra: *Son mis amores*»⁷.

Aunque la estructura canónica requería que la empresa contuviese *alma* y *cuerpo*, en ocasiones, sobre todo en los inicios del género, se daban empresas mudas (es decir, sin mote) o bien mancas de imagen (como las citadas de Isabella d'Este).

Dependiendo del gusto del portador, de su posición social, etc., una persona podía tener una o más empresas y usarlas simultánea o sucesivamente, según evolucio-

los V, en las que el emperador usó su empresa PLUS ULTRA con sus blasones, o las fiestas de la boda de Felipe II con María Tudor, donde se usó su empresa NEC SPE NEC METU, o arcos festivos en que se ostentó la de Enrique II de Francia (DONEC TOTUM IMPLEAT ORBEM):

E ritornando un poco alla materia principale, perchè mi pare aver lasciato di parlare quanto conveniva della materia dei motti e delle imprese, che sono di momento pur assai, e danno grazia ed ornamento, ed è quasi come mettere armi o insegna del príncipe che fa o per chi si fa la festa, ma con più grazia e con una certa gentilezza ingegnosa; come in cambio di metter l'arme di Carlo V imperadore, mettevano talvolta l'impresa del PLUS ULTRA; ed a Londra como per un arme del Re Filippo, missono qualche volta il motto: NEC SPE NEC METU: e negli archi del Re Enrico talvolta l'arme reale di Francia, talvolta l'impresa sua della Luna.¹²

Los reyes solían utilizar a lo largo de su vida más de una empresa, aunque una de ellas fuera la preeminente. Fijémonos, por ejemplo, en Alfonso V de Aragón (1396-1458) —también conocido como Alfonso I el Magnánimo¹³—, hermano de los llamados Infantes de Aragón (Juan y Enrique) a los que alude Jorge Manrique por sus ricas invenciones (es decir, el uso de empresas y realizaciones semejantes) en la estrofa XVI de las *Coplas a la muerte de su padre*¹⁴. Este monarca ya se mostraba a mediados del siglo XV muy afecto a las empresas. Su corte de Nápoles fue un centro cultural soberbio en que actuó como mecenas de artistas, poetas y humanistas. En su retrato realizado por Juan de Juanes, muestra orgulloso su empresa preferida, un libro abierto con el lema VIR SAPIENS DOMINABITUR ASTRIS (el sabio dominará a los astros), que aparece representada en la tela del fondo, grabada en su yelmo, y también en vivo, en primer término, con el libro abierto y la corona encima (fig. 4).

Se le atribuye el dicho «Los libros son, entre mis consejeros, los que más me agradan, porque ni el temor ni la esperanza les impiden decirme lo que debo hacer»¹⁵. De igual modo ostenta la divisa en la medalla que le realizó Pisanello en 1449. Sabemos que su empresa se empleó incluso en azulejos para adornar su



4. JUAN DE JUANES, *Alfonso V de Aragón*. 1557. Óleo sobre lienzo, 115 x 91 cm. Museo de Zaragoza.

palacio, y se bordó en las gualdrapas de su caballo, como puede verse en un manuscrito iluminado de hacia 1442¹⁶.

Otra empresa que utilizó este monarca, según muestra un manuscrito de Octavius Strada¹⁷, fue la imagen de una roca batida por oleaje, con el lema VNDIQVE ILLESVS. Cuando el 23 de febrero de 1443 realizó una impresionante entrada triunfal en Nápoles, podían verse sus dos empresas en la base de la carroza de triunfo¹⁸.

Las adargas eran también un lugar adecuado para que los caballeros exhibieran sus empresas, ya fueran heroicas o amorosas, en torneos, justas, juegos de sortija, carreras de alcancías y otros entretenimientos cortesanos. Igualmente, los carros que portaban invenciones —en ocasiones representaciones en vivo de escenas alegóricas, etc.— solían llevar las empresas del caballero que patrocinaba ese paso o carro en desfiles y fiestas¹⁹.

El uso de las empresas, que había logrado gran éxito como distintivo particular de los caballeros en los torneos y justas (como parte de las invenciones que ostentaban para hacerse admirar y ser reconocidos de lejos), se extendió con el tiempo a un ejercicio de agudeza intelectual propia de cenáculos como las academias literarias. Se conservan ejemplos muy significativos en Italia en la que fue la florentina *Accademia della Crusca*, cuyos orígenes se remontan a la década 1570 a 1580²⁰. Estos académicos decidieron que todos los objetos y mobiliario de la Academia debían tener nombres que se relacionaran con el grano, el salvado y el pan, incluso las divisas personales de los académicos. Así, pueden aún verse las palas «pálidas» de madera en que se sentaban los académicos della Crusca, con las divisas de cada uno pintadas, junto con el apodo y su lema escogido²¹.

También otros profesionales como escritores e impresores hicieron de la empresa un manifiesto de su ingenio y de los valores que perseguían en sus tareas. Son bien conocidas las de Mateo Alemán (grabada con su retrato en las portadas del *Guzmán de Alfarache*, con el lema: AB INSIDIIS NON EST PRUDENTIA)²² y la del impresor Cristóbal Plantino, LABORE ET CONSTANTIA (fig. 5).

La empresa tuvo también su representación en los retratos, completando el perfil del retratado. Giovio fue el iniciador de esta moda, como ya expuse en un trabajo anterior²³.



5. Empresa y marca de impresor de Cristóbal Plantino. 1577.

El emblema

En cuanto a la modalidad del emblema, desde sus inicios tuvo una finalidad moral y didáctica, no heroica ni amorosa, y por eso, además de la *pictura* (o cuerpo) y del *mote* (o alma), añade un epigrama (los primeros eran en latín, pero pronto se redactaron en lengua vulgar) que aclara la moralidad o enseñanza de tipo general que se espera que capte el lector al que va destinado. En ocasiones, por si eso no fuera bastante, puede acompañar también una declaración en prosa que glosa la composición y amplía con citas eruditas la recomendación presentada.

El género está ligado al desarrollo de la imprenta, y su nacimiento, como es sabido, fue en realidad fruto de una casualidad que produjo un género editorial y un género literario a un tiempo. Andrea Alciato, jurisconsulto milanés, realizó, como ejercicio muy frecuente entre los humanistas, unas traducciones o variaciones en latín de algunos epigramas de la *Antología griega*. En la selección de la *Antología Planudea* editada por Johannes Cornarius, 154 traducciones de los epigramas se debían a Alciato. Parece que una selección de 104 composiciones de este tipo anduvo circulando entre amigos de Alciato y que uno de ellos, Conrad Peutinger (1465-1547), humanista de Augsburgo, experto en Derecho, como él, apasionado coleccionista de antigüedades que disfrutaba de un importante cargo municipal, debió de tomar la iniciativa de la impresión, que encargaría al librero de su ciudad Heinrich Steyner. Éste consideró oportuno ilustrar los epigramas con unas xilografías y se hizo una primera impresión, sin conocimiento de Alciato, del primer libro de emblemas (*Emblematum liber*) que lleva por fecha 28 de febrero de 1531. El mismo Steyner se ocupó de otra edición en abril del mismo año y de una tercera en 1534. Se cree que los grabados xilográficos los realizó Hans Schäufolein (por un monograma que se incluye en el colofón de la segunda edición) siguiendo los dibujos del pintor de Augsburgo Jörg Breu. En la primera edición se incluyen 104 emblemas, de los cuales 97 están ilustrados con grabados xilográficos, pero que a veces no se ajustan bien al contenido del epigrama. Esa circunstancia, unida a que la edición presentaba erratas y errores de lectura, y sobre todo, a que la disposición de los emblemas en la página demuestra que quienes se ocuparon de la edición no concebían aún el emblema como un conjunto de tres elementos (mote, pictura y epigrama), disgustó a Alciato. A partir de 1534, con la edición de Chrestien Wechel en París, se impuso la impresión de esta obra en Francia y allí se siguió imprimiendo durante los siguientes treinta años, con tanto éxito que ya en 1620 se habían realizado más de cien ediciones, no sólo en la lengua original, sino en traducciones al francés, alemán, italiano y español, incrementando su autor hasta 212 el número de emblemas.

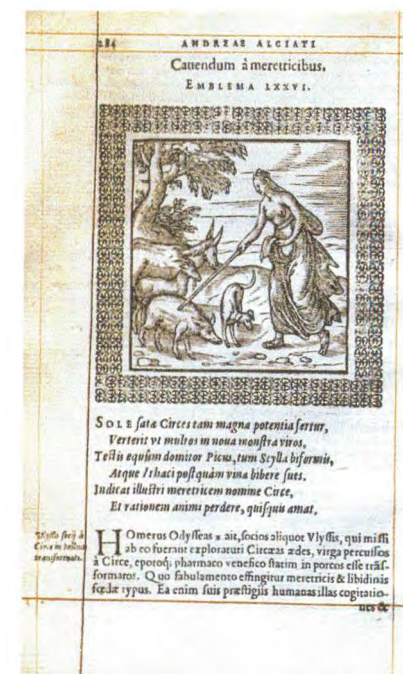
El éxito editorial de la obra de Alciato hizo que otros autores imitaran esas composiciones y su estructura, provocando una expansión del género y unos usos particu-

lares para cada parte del emblema. El *emblema triplex*, como se ha dado en llamar, lo forman la *inscriptio* (mote, lema o alma), la *pictura* (cuerpo) y una *suscriptio* que por lo general es el epigrama, pero que a veces acoge también un comentario en prosa o declaración (fig. 6).

Producir un libro de emblemas era costoso, pues se precisaba de artistas que dibujaran las ilustraciones, que tallaran los tacos xilográficos o que abrieran las planchas metálicas cuando las *picturae* se producían con procedimiento calcográfico. Además, el proceso de tirada se duplicaba en tiempo en caso de tener que pasar por el tórculo para imprimir las imágenes (teniendo que usar dos tipos de prensa, la tipográfica para el texto y el tórculo para el estampado desde planchas metálicas). No sólo resultaba un proceso caro en tiempo y en personal, sino que también se producían con mayor frecuencia errores de imposición, etc., por lo que los libros de emblemas presentan, con más frecuencia que otros, diferentes *estados* entre ejemplares distintos de una misma edición.

Pese a todo ello, los libros de emblemas se produjeron en número extraordinario en la Europa de la segunda mitad del siglo XVI, todo el XVII y una buena parte del XVIII. Podía ser un género destinado a jóvenes que debían aprender la filosofía moral de forma agradable, a cortesanos, eclesiásticos, maestros, gente ilustrada de toda condición... Su éxito hizo que pronto se compusieran en lengua vulgar, o incluyendo epigramas en varias lenguas en la misma obra, como forma agradable de enseñar idiomas.

El emblema era versátil y se prestaba para un uso polisémico, usando motivos paganos para enseñar moral cristiana, buenas costumbres, etc. Si en un principio los libros de emblemas contenían consejos de carácter general destinados a todo el mundo, en el siglo XVII se fueron especializando por temas: libros destinados a enseñanza de la política, a tratar en exclusiva del amor, de la religión, de la medicina...



6. *Cum Commentariis*. Grabado en *Emblemata* (Amberes, Claudium Minoem, ex officina Christophori Plantini, 1577, in-8º), de Andrea Alciato.

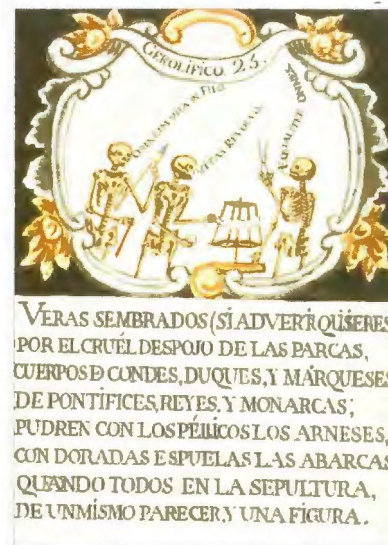
A partir de 1573 se publicaron comentarios eruditos sobre los emblemas de Alciato, como se hacían sobre la obra de los clásicos. Francisco Sánchez de las Brozas el *Brocense*, catedrático de Griego y Retórica en la Universidad de Salamanca, publicó los suyos en latín, en ese año, en Lyon²⁴. También en la lengua propia de los universitarios, el francés Claude Mignault publicó otros en Amberes, en 1574²⁵. En 1621 Johann Thuilus, profesor de Medicina en Breisgau (Alemania), preparó una edición en Padua, a cargo de Pietro Paolo Tozzi, que es la más completa en erudición de los emblemas de Alciato; contiene los comentarios del propio Johannes Thuilus, que emplea a su vez los anteriores comentarios de Claude Mignault (1574), Francisco Sánchez de las Brozas (1573) y Lorenzo Pignoria (1618)²⁶. Los comentarios eran de enorme utilidad a profesores, que los usaban en las clases de las escuelas de Humanidades, en los colegios de adolescentes y en las universidades como fuente para todo tipo de ejercicios de composición, retórica, análisis de texto, de fuentes... A estos comentarios en lengua latina se sumaron otros en español a cargo de Diego López, con varias ediciones a partir de la primera (Nájera, 1615) que tuvieron mucha difusión entre personas que no dominaban el latín.

La fiesta pública, por su parte, fue la que popularizó el emblema en forma de carteles o *affixiones* que se exponían pegados a los carros triunfales, a los artefactos de madera o de cartón piedra levantados con motivo de fiestas religiosas o profanas, o bien en forma de galería de exposición en los claustros de los colegios (como concurso), o en los atrios y el interior de iglesias (en funerales y exequias).

Dependiendo de la persona que emitía el mensaje, el receptor a quien lo destinaba y la intención, se elegía un tipo u otro de modalidad, y aunque las fronteras entre una y otra no estaban tan claras como pudiera parecer, por lo general la empresa se



7. ATRIBUIDO A JUAN DE NOORT, *Entrada de la iglesia de San Jerónimo de Madrid en las exequias de Isabel de Borbón*. 1644. Grabado en *Pompa Funeral, Honras y Exequias en la muerte de la muy Alta y Católica Señora Doña Isabel de Borbon Reyna de las Españas y del Nuevo Mundo...* (Madrid, Diego García de la Carrera, 1645, in-4º).



8. *Jeroglífico 23. Exequias Bárbara de Braganza*. 1758. Grabado. Archivo Municipal de Pamplona.

utilizaba para conceptos heroicos o amorosos y el emblema para conceptos morales, mientras que el jeroglífico se reservaba para exequias o fiestas religiosas (de canonización de santos, etc.).

El jeroglífico

La peculiaridad que presentaba el jeroglífico es que, aunque tuviera un mote, solía añadir un versículo de la Biblia. El epigrama era breve y en español (un tercetillo, una redondilla). Un buen ejemplo de su uso puede verse en un grabado atribuido a Juan de Noort que muestra cómo se colocaron los cartelones con jeroglíficos a la entrada de la iglesia de San Jerónimo (Madrid) en las exequias de Isabel de Borbón, en 1644 (fig. 7). En una pintura que se expone en la catedral de Sevilla, que representa la procesión de la Asunción, se advierte cómo estaban colocados los jeroglíficos para esa fiesta, junto al altar, clavados en unas columnas colocadas a tal propósito, a la altura de los ojos de los fieles, para que pudieran leerse las letras.

Era un arte efímero del que nada quedaba tras el trabajo y la gloria de la exposición pública, bien porque se destruía o porque algunos se lo llevaban a sus casas. Ésa es la razón por la que hoy no encontramos apenas restos de ese tipo de materiales. Una rara excepción la constituyó el Ayuntamiento de Pamplona, que dictó una serie de medidas para evitar el expolio, como encargar a guardias armados la custodia y vigilancia del catafalco de las exequias reales. Gracias a ello, hoy se conservan en el archivo municipal de Pamplona 101 jeroglíficos originales, pintados sobre papel, que corresponden a los funerales de Felipe V, Bárbara de Braganza, Isabel de Farnesio y Carlos III²⁷ (fig. 8).

Una exquisita colección de *affixiones* o cartelones procedentes de los colegios jesuitas de Bélgica, realizados como ejercicios o certámenes competitivos, se conserva en la Bibliothèque Royale de Bruselas y nos permite hacernos una idea de hasta qué punto fue frecuente esta costumbre y la amplitud de usos que permitía esta práctica²⁸.

El duque de Lerma y la Emblemática

El duque de Lerma tuvo una cercana relación con todas estas modalidades emblemáticas que se practicaban en su tiempo, tanto por vínculos familiares como por afición propia.

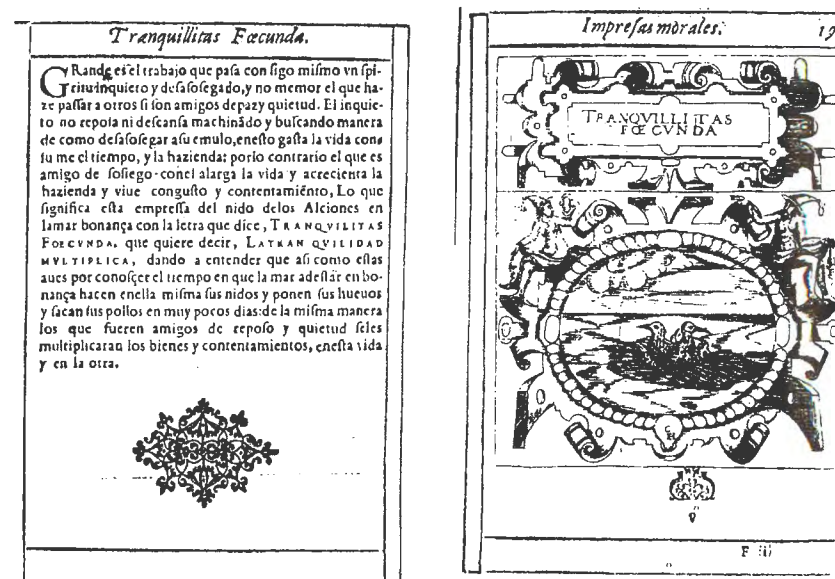
Don Francisco Gómez de Sandoval y Rojas estaba emparentado con el primer emblemata español que logró dar a la imprenta un libro del género en nuestra lengua: don Juan de Borja, I conde de Mayalde (1533-1606), hijo de don Francisco de Borja y Aragón (san Francisco de Borja, 1510-1572), lo mismo que la madre de nuestro valido, doña Isabel de Borja y Castro (1532-1566); es decir, que don Francisco era sobrino del autor del primer libro de emblemas en español. Las *Empresas morales* de don Juan de Borja se editaron en Praga, en 1581, cuando su autor era embajador del rey Felipe II en la corte de Rodolfo II (fig. 9).

En la dedicatoria a Felipe II, dice el autor que se las dedica para que descansen del gran peso y carga de las tareas de gobierno, pues considera que las empresas deleitan la vista y dan gusto al entendimiento. Se ha propuesto, sobre todo, ser breve en la declaración, no erudito, y justifica en el prólogo al lector el no haber seguido a los preceptistas, pues considera que no tienen ni antigüedad ni autoridad suficiente. Borja inaugura la denominación de *libro de empresas* para el que lleva una declaración en prosa en lugar de un epigrama para explicar la relación entre el mote y la *pictura*. En la concepción de la época, la explicación con verso tenía una finalidad más didáctica (pues el verso ayudaba a aprender de memoria la moralidad), mientras que los escritos en prosa iban destinados a un público más culto. Esa denominación seguiría en el futuro Saavedra Fajardo en su *Idea de un príncipe político cristiano representado en cien empresas* (1640), destinada a enseñar a un príncipe, a los ministros y cortesanos cómo ser hábil en el gobierno.

La primera edición de la obra de Borja incluye cien empresas. Un siglo después, su nieto, Francisco de Borja, arcediano mayor de la catedral de Valencia y capellán mayor de la Capilla Real y Monasterio del convento de las Descalzas Reales de Madrid, dedicaba al rey Carlos II una nueva edición de las empresas, ampliadas hasta el número de 225, que su abuelo había dejado manuscritas para dar a la estampa, según explica en el prólogo.

Poco después, la obra, en su versión primera, de cien empresas, fue traducida al latín y al alemán, siendo así una de las pocas de emblemática española que disfrutó de difusión plurilingüe, con grabados calcográficos de notable calidad. Curiosamente, se ha añadido un epigrama bajo cada *pictura*, algo que no tenía el original²⁹.

En 1599, Hernando de Soto, hombre bien situado en la corte, contador y veedor de la Casa Real de Castilla, amigo de Lope de Vega y aficionado a cenáculos y aca-



9. Páginas de *Empresas morales* (Praga, Jorge Nigrin, 1581, in-4º), de Juan de Borja.

demias, dedicó su obra *Emblemas moralizadas* a don Francisco Gómez de Sandoval y Rojas cuando éste se hallaba en pleno ascenso político. Es un librito en octavo, con una colección de 61 composiciones con la estructura típica: mote (que da en latín y castellano), *pictura* (con grabados xilográficos algo toscos, pero no exentos de encanto) y epigramas que, a diferencia de Horozco, se componen en arte menor, en coplas castellanas de dos o tres redondillas. A ello sigue una declaración en prosa. Fue impreso por los herederos de Juan Íñiguez de Lequerica, pero en casa de licenciado Várez de Castro, el mismo que realizó la *editio princeps* del *Guzmán de Alfarache*. La obra tiene una finalidad menos pretenciosa que la de los anteriores libros de emblemas españoles, y claramente cuenta con que sus lectores serán personas que no dominan el latín.

El frontispicio presenta las armas del valido Lerma, a quien va dirigida la obra, y el último emblema (fols. 127r-128v), con el mote *Praemium serui fidelis*, traducido por Soto como *Premio del fiel criado*, es un homenaje de extremada lisonja «Al marqués de Denia» (fig. 10). La *pictura* presenta sobre una colina un sol faciado resplandeciente, rodeado de una serpenteante filacteria con la inscripción «*Vivificans, generans, splendens altus ut ille*» ('Vivifica, engendra, resplandece, beneficia desde un lugar eminente'). Ha de entenderse que el sol es metáfora del marqués de Denia, como se expresa

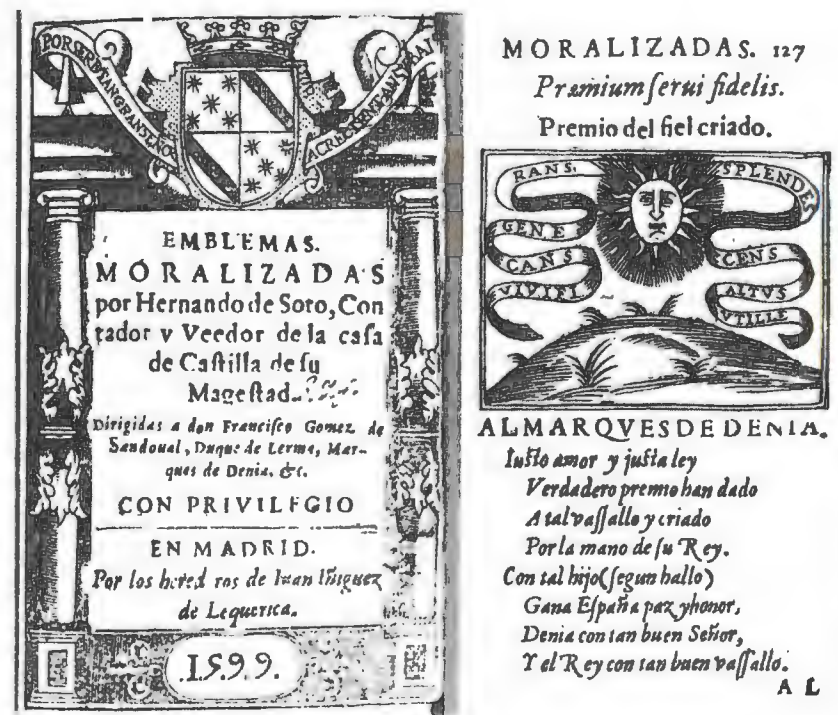
en la declaración, a causa de sus muchas virtudes como caballero cristiano y como buen vasallo de su rey. El epigrama, en una copla castellana de dos redondillas, dice:

AL MARQUÉS DE DENIA
Justo amor y justa ley
verdadero premio han dado
a tal vasallo y criado
por la mano de su Rey.
Con tal hijo (según hallo)
Gana España paz y honor,
Denia con tan buen Señor,
y el Rey con tan buen vasallo.

La declaración tiene como objeto aportar *exempla* que ilustren la finalidad de la composición: que el buen vasallo y criado fiel recibe con mucha razón el premio del rey. Durante el año 1599 los ecos de las grandes mercedes conseguidas del rey por el marqués de Denia estaban en boca de todos, y unos por envidia y otros por acostumbrados al régimen austero de Felipe II, criticaban *sotto voce* al valido. Este emblema deja traslucir esas circunstancias, tomando decisivo partido por quien ha alcanzado tanto poder:

Al buen vasallo, al criado fiel y leal, con mucha razón honra el Príncipe y el Rey, pues de cualquier premio, cualquier honra y merced es digno. Porque siendo forzoso el tener los reyes consejeros y privados de quien fiarse, cuando los hallan como conviene para el gobierno de sus reinos ¿qué favores no merecen? Y por eso aconseja el sabio que, si uno tiene un siervo fiel, que le tenga y le estime como a su ánima [...] como el Marqués de Denia, en quien están cifradas todas las partes de tan gran Cristiano y caballero, de tan prudente, de tan cuidadoso del bien público, y tan amable, que desde el menor hasta el mayor se gozan y alegran de la merced y favor que el rey nuestro señor le hace, pudiendo decir por él lo que Dios por el real profeta: «Hallé a David, hijo de Jesé, hombre según mi corazón³⁰». Y tanto por sus méritos, cuanto por su privanza, es con mucha propiedad comparado al sol, cuyos efectos son: vivificar, engendrar, resplandecer y estar en lugar tan alto y eminente.

Tuvo que ser compuesto antes del 11 de noviembre de 1599, pues ésa es la fecha en que es elevado a duque don Francisco Gómez de Sandoval. El 4 de diciembre de 1599, con asombro escandalizado que le cuesta ocultar, escribe Luis Cabrera de Córdoba en su *Relación de las cosas sucedidas en la corte de España desde 1599 hasta 1614*: «Al marqués de Denia han dado título de duque de Lerma, y á su hijo de marqués de Cea, y al nieto, de conde de Ampudia, y con esto le cargan ya la Excelencia, sin guardarse la premática de los títulos». La portada del librito de emblemas, en cambio, ya re-



10. Portada grabada y dedicatoria de *Emblemas moralizadas* (Madrid, Herederos de Juan Íñiguez de Lequerica, 1599, in-8º), de Hernando de Soto.

coge el cambio de título, de modo que seguramente se hizo en los días últimos de diciembre y probablemente para enviar como regalo de Navidad a Su Excelencia.

En varios lugares, además de en el libro de Soto, se asocia al duque de Lerma con el sol; es posible que empleara esa imagen en su empresa. Así, en relaciones festivas o en grabados como el que podemos ver en la edición de *El prado de Valencia* de don Gaspar de Mercader (don Gaspar y Carroz, I conde de Buñol, 1568-1631), buen conocedor de la materia y aficionado a los emblemas. En el grabado vemos el mismo sol faciado de otras veces que representa al duque y una estrella detrás, que simboliza a la duquesa, doña Catalina de la Cerda, a quien dedica la obra en 1600 (fig. 11). El epigrama en tercetillo dice: «La que cerca de su dueño / Resplandece, / Mucho alcanza y más merece».

Uno de los libros de emblemas españoles más logrados, *Emblemas morales*, de Sebastián de Covarrubias³¹, publicado en Madrid por Luis Sánchez en 1610 también

está dedicado al duque de Lerma, con quien Covarrubias había coincidido en Valencia mientras desempeñaba una misión encomendada en 1595 (comisario apostólico encargado de la dotación de rectorías para moriscos)³² (figs. 12).

Su autor explica en la dedicatoria:

Estando V. Exc. por Virrey en el Reyno de Valencia, mandó le sirviese con algún poema que fuese de entretenimiento y gusto: halléme con sólo un cuaderno de las niñerías de mi mocedad, y así procuré ocupar algunas horas ociosas en cosa de más consideración, y pareciome serían a propósito unas emblemas morales, hallando entonces quien dibujase mis pensamientos, pero no quien supiese abrir en estampa sus figuras, hasta agora, que unos oficiales extranjeros me las abrieron en madera.

Son 300 emblemas, estructurados de forma que cada página impar contiene la *pictura* (que lleva inserto el mote en una filacteria) y debajo, el epigrama, siempre expresado en una octava real. La composición se enmarca con orlas tipográficas de gusto manierista, al igual que el comentario en prosa, que va a la vuelta y que nunca excede la extensión de esa página par, aunque obligue al cajista a jugar con diferentes cuerpos de letra para ajustar el contenido y encajarlo dentro del marco orlado.

El autor, en otra de sus obras, *Tesoro de la Lengua castellana o española*, que publicó al año siguiente, da numerosa información de cómo el proceso de redacción de las dos obras fue paralelo.

Aparte de las relaciones del duque de Lerma con los autores de libros de emblemas, bien por parentesco con el autor o porque éste le dedicara el libro —pues sabían que era persona que estimaba los emblemas— encontramos también estrechos vínculos del valido con la emblemática aplicada (la que se empleaba en la fiesta, ya fuera ésta cortesana o religiosa). Esta dimensión fue explotada hasta términos que hoy son difíciles de ratificar en toda su dimensión, pues al fin y al cabo los emblemas festivos eran concebidos como arte efímero, y sólo accedemos a un pálido reflejo en los textos de lo que el espectáculo, fundamentalmente visual, pudo ser. Pero el prestigio de la palabra



11. Portada grabada de *El prado de Valencia* (Valencia, Pedro Patricio Mey, 1600, in-8°), de don Gaspar de Mercader.



12. Portada grabada y emblema en *Emblemas morales* (Madrid, Luis Sánchez, 1610, in-4°), de Sebastián de Covarrubias.

escrita de la época, el afán de muchos ayuntamientos, congregaciones religiosas, nobles, gremios, de dejar constancia de sus contribuciones para ensalzar a los monarcas, los santos, los difuntos relevantes, han dejado testimonios notables en las *relaciones de sucesos*, a las que podemos acercarnos como riquísima fuente de información a este respecto.

El marqués de Denia conocía perfectamente el poder del espectáculo como medio publicitario y magnificador de una reputación. Las entradas de príncipes, las exequias, las ceremonias de beatificación o canonización se prestaban a ser aprovechadas para generar entre el público admiración y reverencia. Fueron famosas durante mucho tiempo las entradas del emperador Carlos V en Bolonia en 1529, en Palermo, Messina y Nápoles en 1535, en Roma y Florencia en 1539 y en Milán en el año 1541, así como otras entradas suyas en ciudades francesas; las entradas del Felipe II (cuando aún no era rey) en Milán en 1548 y las que siguieron en Flandes, la entrada de Cosme I de Médicis en Roma, en 1539 y en Siena en 1560, etc.

De entre todos los tipos de fiestas, las bodas habían logrado una espectacularidad fuera de serie por la fama que adquirieron las celebraciones en Italia. Destacaron sobremanera las que tuvieron lugar en Florencia por la boda de Francesco de Médicis

(hijo de Cosme, gran duque de Toscana) con Juana de Habsburgo-Jagellón, hija de Fernando I, el emperador del Sacro Imperio Romano Germánico, el 18 de diciembre de 1565, con grandes festejos organizados por Buontalenti por encargo del duque. Cuando murió doña Juana en 1578, Francesco de Médicis, que ya ostentaba el cargo de gran duque de Toscana, se casó con su amante, Francesca Cappello, con unos festejos que excedieron cuanto se había visto hasta entonces y fueron imitados en las bodas de todas las casas nobles europeas de la época.

La ocasión de celebrar las dobles bodas del rey Felipe III y de su hermana, la infanta Isabel Clara Eugenia, en Valencia, se presentaba para el marqués de Denia como una ocasión única para manifestar su capacidad de gestión, explotar su imagen y ratificar de su poder ante toda la nobleza española, flamenca, italiana y de los dominios de los Habsburgo³³. Las personas más destacadas de la corte estuvieron viviendo tres meses en Valencia, y los grandes señores llevaron consigo, sabiendo que los necesitarían, a los mejores ingenios de las letras. Así, el IV marqués de Sarria, don Pedro Fernández de Castro y Osorio (1560-1622)³⁴, sobrino del valido y que se convirtió en su yerno al casarse con su hija en 1598, se había llevado consigo como secretario a Lope de Vega. Lope hizo una hermosa crónica de las fiestas celebradas en Denia, dirigida a doña Catalina de Zúñiga y Sandoval, condesa de Lemos (virreina de Nápoles), madre de su señor, el marqués de Sarria (y hermana del valido), que no había podido asistir a las bodas. En un primoroso reportaje en octavas reales, Lope de Vega describe la entrada pública en la villa, los alardes de la milicia del reino, las exhibiciones de las galeras y bergantines en el puerto, batallas fingidas de moros y cristianos, luminarias y fuegos de artificio, representaciones de comedias, torneos caballerescos y jornadas de pesca, que se sucedieron en Denia entre el jueves 11 y el martes 16 de febrero de 1599³⁵. Para nosotros tiene especial interés el torneo, descrito en el canto segundo, que es fuente de noticias vinculadas a los usos emblemáticos de la época.

En varias relaciones de sucesos se alude al marqués, metafóricamente, como el sol (no sabemos si refiriéndose a su empresa). Por ejemplo, en el pasaje siguiente: «Cierro vencía a qualquiera entendimiento humano en materia y riqueza, como está muy bien especificado, y con esto seguían los unos a los otros y luego a todos el gallardo Marqués de Denia más luscido y galán que el sol a mediodía, y así los demás caballeros que le yban delante parecían rayos de su luz resplandeciente nunca vista como en esta jornada»³⁶.

Al describir Lope de Vega (en *Fiestas de Denia*) la galeota de veinticuatro remos que esperaba al rey en el mar en Denia, constatamos algo que hemos comentado más arriba: la confluencia de los blasones con las empresas. Se describen las armas del rey (el águila de los Habsburgo) y se alude a la empresa del marqués y un mote en latín que Lope traduce *Debajo de la sombra de tus alas*:

Debajo de las armas, que traía
Del César, entre flámulas y galas,
Las del marqués el mar obedecía
Desde el asiento de sus vítreas salas
Con un verso latino que decía:
Debajo de la sombra de tus alas;
Y bien decía, que a la sombra viene
Del águila y del sol que España tiene.

En otro relato de los acontecimientos, Juan Esquedo³⁷ explica así, esta vez en prosa, lo mismo: «En todas las flámulas y gallardetes estaban las armas reales, y en el extremo de ellas, las del Marqués de Denia, con esta letra: *Sub umbra alarum tuarum*».

El mote tiene procedencia bíblica (Salmos, 17:8 «*a resistentibus dexteræ tuæ custodi me ut pupillam oculi sub umbra alarum tuarum proteges me*»; es decir, 'guárdame como la niña de tus ojos, escóndeme bajo la sombra de tus alas'), y su sentido en el contexto bíblico es encomendarse a la protección del Señor. La reina Isabel la Católica ya lo empleó en una moneda, como dejó expresado en 1475 en las ordenanzas sobre las leyendas con que se habían de acuñar las monedas de su reino. En ese caso, las alas referidas eran las del águila de san Juan, de quien tan devota era ella. Lope identifica las alas a cuya sombra se acoge don Francisco de Sandoval y Rojas con las del águila de los Habsburgo, del blasón de Felipe III, e interpreta, como era común en la época, que el sol es el rey: «Y bien decía, que a la sombra viene / Del águila y del sol que España tiene».

Es muy posible que así fuera, pero también cabe la interpretación de que el marqués de Denia empleara la imagen del sol como representación de Dios, la del águila como el rey y él (representado por su blasón) se cobijaría bajo sus alas, creando una jerarquía desde dios hasta él mismo. Podría interpretarse así la composición escultórica que aparece en la colegiata de San Pedro, en la villa de Lerma, construida a instancias del duque y consagrada en 1617 con



13. Altar mayor (detalle de la decoración de los laterales). Colegiata de San Pedro de Lerma.

grandes festejos que duraron trece días. A ambos lados del altar, como remates, vemos una hermosa composición de talla en madera policromada que muestra un enorme sol bajo el que un águila con las alas desplegadas ampara las armas del blasón del duque de Lerma (fig. 13).

Si tenemos en cuenta una de las obras políticas más estimadas por la nobleza de la época, la de Justo Lipsio, *Politicorum sive Civilis Doctrinae Libri Sex* (Leiden, 1589), no sería extraña esta interpretación. Hablando de la piedad y la fe, donde Lipsio da distintas definiciones de Dios (I, 2, 14-15) emplea la cita de Boecio (*De Consol.* 5.II.13-14): «*Quem, quia respicit omnia solus, / verum possis dicere Solem*» ('al que puedes llamar un verdadero sol, pues sólo él mira sobre todas las cosas'). Bajo el sol, el rey iría representado como el águila de los Habsburgo, y a su sombra, el valido. Es muy posible que la empresa del valido fuera esta composición, y con ese sentido.

Un poco más avanzado el canto I, Lope de Vega, en la relación citada, describe otra salida al mar del rey acompañado por el marqués de Denia:

El sol con menos sombras detenía,
A nuestro parecer su carro igneo,
Cuando otra vez Filipo al mar salía,
Y el sol que tiene al sol por su trofeo;
Iban también, como el primero día,
Enlazando al amor con el deseo,
En palafrenes, las hermosas damas,
Para abrasar del mar el agua en llamas.

Aunque hemos visto que algunos críticos identifican al rey en el verso cuarto de esta octava, en mi opinión se refiere al duque, que utiliza como empresa un sol en la forma que hemos dicho (es decir, habría de entenderse que salieron al mar el rey, el marqués de Denia, y las damas principales).

En otra ocasión, en estas mismas fiestas de Denia, se usarían empresas pintadas esta vez en adargas, como solía hacerse. A la orilla del mar se había construido un fuerte fingido. Lo guardaban por un lado y otros trescientos hombres «con igual vestido». El color era rojo y turco el traje. Llegaron hombres a caballo y menciona Lope las lanzas, adargas, libreas compuestas... Es una representación de la toma por los cristianos del fuerte (defendido por moros), para lo cual hubo escaramuzas en el campo. Es una ficción de guerra entre moros y cristianos, donde unos fingen que mueren, que son cautivos, y se finaliza, claro está, con el triunfo de los cristianos, que hacen huir a los turcos a las galeotas. Con ello termina el canto primero.

El torneo descrito en el canto segundo refleja de igual modo los usos de llevar los caballeros participantes libreas con colores significativos, según códigos bien conocidos³⁸, emplear empresas, que en este caso se ostentaban sobre la celada o penacho, cada una con su letra, y, aunque no se indica dónde la llevaban, lo más seguro es que fuera en una tarja, como era costumbre. Estas fantasías simbólico-emblemáticas se colocaban en la parte superior del morrión, que se adornaba con plumas en ocasiones y en otras con figuras de extraños animales y caprichosas invenciones. El material con el que se confeccionaba era lo que hoy conocemos como cartón piedra, *papier mâché* o pergamino cocido. La costumbre nació con la finalidad de asustar al caballo del enemigo, así que para entrenar al caballo propio a no tener miedo en festejos donde se usaran las cimeras se le daba de comer con una cimera puesta delante.

Todos los caballeros que participaron en el torneo de Denia llevaban sus empresas colocadas sobre el penacho, acompañadas de los motes correspondientes:

Vizconde de Chelva	Traía un penacho de plumas azules y blancas, y entre ellas, por empresa, en una selva una tigre que cobraba sus hijuelos. Y por mote: «Sólo el furor me limita / Cobrar lo que se me quita» ³⁹ .
Gaspar Mercader	Llevaba muchas cifras sobre raso anaranjado, y traía, entre mil plumas, por empresa un monte con muchas flores, y en medio, una rosa del sol [es decir, un girasol]. Sirvióle de letra el mismo monte.
Don Juan de Villarrasa	Un fanal con una vela que ardía siempre. Y por mote: «Ni acabars, / Ni apagarse».
Don Juan de Borja	Un león con un panal de miel en la boca, y por mote: «Las más fuertes sospechas de mi daño / Dulçura de un desengaño».
Don Diego Mercader	Entre muchas plumas, un pozo con una herrada ⁴⁰ en el agua, y otra fuera. Y el mote: «A mano está el del pesar, / y el del gozo / siempre te tengo en el pozo».
Albertín de Ameto	Un león en el remate del penacho sobre dos círculos; en el uno, el mundo pintado, y en el otro, el primer moble. Y por mote: «Con la Fe y la Fortaleza».
Don Felipe Penaroya	Sobre dos cercos de penacho, una media luna, y sobre el cuerno derecho, un falcón. Y por letra: «Y si más alta estuviera / más subiera».
Don Antonio de Cardona	Un pájaro celeste. Y por mote: «En nada soy parecido / al lugar donde he nacido».
Don Francisco de Borja	Un sol que doraba y guarnecía las rizadas plumas. Y este mote: «Tanta luz a tener viene, / que cuanto más da, más tiene».
Don Nofre Borja	Nave con viento en popa, y en llegando a la plaza, se encendió de fuego por todas partes. Y por mote: «Es el Maestre mi Norte, / Jorge el patrón, / Denia el puerto, / mucho erraré si no acierto». Se explica porque era comendador de San Jorge.
Don Juan Zanoguera	Una estrella, y por letra: «De cualquiera lugar sus rayos veo».
Don Carlos de Borja	Una esfera dorada, y por letra: «En mi fe y en mi tormento estribé su movimiento».

Con la misma o incluso superior dedicación al ingenio emblemático se mostraron los caballeros que participaron en el torneo que se celebró en Valencia el 20 de abril de 1599.

En estas fiestas de Denia y Valencia por las bodas de Felipe III y su hermana, la infanta Isabel Clara Eugenia, la ostentación de empresas y otros géneros emblemáticos fue seguramente mucho más profusa de la que las relaciones de sucesos nos permiten vislumbrar. No sólo se empleó este género de agudezas en los torneos (el de Denia y el de Valencia), sino en arcos triunfales, altares, carros que desfilaron... En ocasiones son denominadas empresas por los que se ocupan de relatar la fiesta, pero también aparece este tipo de materiales con el nombre de *enigmas*, siendo realmente lo mismo que un emblema lo que describen. Así lo indica Esquerdo, en el capítulo XIX de su relación, cuando detalla cómo estaba adornada Valencia dispuesta para la entrada de la reina, con arcos, un edificio con cuatro pirámides, etc.: «[...] y aunque estaba de manera que no le faltaba cosa buena, ni redundaba algo de lo que había menester, todavía le adornaron mucho (ayudando a su curiosidad, de la manera que los esmaltes al oro) infinitos enigmas y versos que en alabanza desta jornada se hizo [...]».

El relator indica detalladamente los motivos de cada enigma seguido del mote en latín. Finaliza la descripción diciendo: «Estos enigmas que son tan curiosos y graves como se ve por ellos, eran de grandísimo entretenimiento a mucha gente. Y estoy por decir que eran de más importancia que todo lo demás, por ser manjar de hombres doctos».

Después de su boda, los Reyes Felipe III y Margarita viajaron por varias ciudades de la península Ibérica, como Barcelona, donde la reina hubo de despedirse de su madre, la archiduquesa María, que la había acompañado y partía a Estiria con los archiduques Alberto e Isabel Clara Eugenia, que se dirigían a gobernar los Estados de Flandes. También visitaron los reyes Zaragoza, después de sufrir ambos una pequeña enfermedad, y por fin hicieron su entrada en Madrid el 24 de octubre de 1599. En todos los lugares por donde pasaron, los ayuntamientos y ciudadanos principales se esmeraron en hacer muestras de pleitesía, y los emblemas y empresas eran material visto y barato para mostrar el ingenio y capacidad de los que organizaban la fiesta.

Uno de los festejos más notables fue el que organizó en Madrid la emperatriz María de Austria en el convento de las Descalzas Reales el día 22 de abril de 1602, de acuerdo con el Concejo de la Villa y los frailes de Atocha, para obsequiar a su nieto, el rey Felipe III. El agasajo duró tres días, con gran complacencia del rey. María de Austria murió el 26 de febrero de 1603, y los jesuitas, a quienes había cedido unos terrenos espléndidos para el colegio imperial —que se abrió en 1572 en Madrid teniéndola a ella como patrona—, organizaron unas exequias solemnes con profusión de jeroglíficos y composiciones en verso en varias lenguas. La relación de estos funerales constituye el primer

libro de exequias en España que incluye ilustraciones (51). Más adelante, las solemnidades funerales de otras reinas —Margarita de Austria (1612), Isabel de Borbón (1644), María Luisa de Borbón (1688) o Mariana de Austria (1696)— seguirán el modelo.

Otro acontecimiento que debió de ser espectacular fue la visita que hicieron los reyes a la Universidad de Alcalá el 18 de diciembre de 1610. El rector Zapata convocó seis certámenes entre los estudiantes, que se aplicaron a hacer todo tipo de *affixiones* o grandes carteles pintados con emblemas. Por fortuna, se conserva un manuscrito con reproducción en color de una pequeña parte. El volumen contiene 25 emblemas iluminados (miniaturas y pan de oro en las cartelas) seleccionados de entre los premiados al certamen. Los reyes son representados como modelos de virtud. Se alaba el patrocinio de la Monarquía sobre la Universidad⁴¹ (fig. 14).

Por su parte, la archiduquesa Isabel Clara Eugenia tendría también importante relación con los emblemas, especialmente porque el país al que fue como gobernadora era uno de los que tenían mejores grabadores e impresores. *Amorum Emblemata* está considerado como uno de los más importantes e influyentes libros de emblemas. La colección fue diseñada por Otto van Veen (o Vaenius, 1556-1629) y se publicó por primera vez en Amberes en 1608 en tres versiones políglotas: latín, francés y neerlandés; latín, italiano y francés y latín, inglés e italiano. Su éxito y popularidad hizo que alcanzara muchas otras ediciones y adaptaciones, y sus *picturae* fueron posteriormente utilizadas por los artistas plásticos en toda Europa. La tendencia a hacer libros de emblemas de amor se había iniciado en Amsterdam en 1601 con la publicación de *Quaeris quid sit Amor*, una recopilación de 24 emblemas de amor de versos en neerlandés por Daniel Heinsius. El conjunto que presenta Van Veen es mucho más amplio, de 124 emblemas. Muchos de los motes proceden de Ovidio. La obra se había realizado pensando en los jóvenes, y viendo el éxito que obtuvo, Isabel Clara Eugenia encomendó a Vaenius hacer un *contrafactum* religioso de este libro de emblemas, tomando el amor divino como protagonista y el alma como amada. Vaenius aceptó el reto y le dedicó la obra a la archiduquesa, publicada en 1615 con el título de *Amoris divini emblemata* (fig. 15). Los epigramas españoles son de Alonso de Ledesma, que entonces era el poeta de moda por sus *Conceptos espirituales*⁴².

Un buen ejemplo de la presencia fundamental de los emblemas en las fiestas cortesanas lo tenemos en la pintura que representa el *Triunfo de la archiduquesa Isabel Clara Eugenia en Bruselas*, el 31 de mayo de 1615, que se conserva en el Victoria and Albert Museum de Londres, realizado al óleo por el pintor Denis van Alsloot, activo entre los años 1599 y 1628⁴³. En esta pintura pueden observarse con mucho detalle los adornos de las carrozas, los personajes disfrazados, las alegorías, el material emblemático...

* * *



14. Felipe III representado como el gigante Briareo en una de las reproducciones de las *affixiones* expuestas en honor de Felipe III y Margarita de Austria en Alcalá de Henares (1610). Madrid, Biblioteca Nacional de España.



15. Páginas de *Amoris divini emblemata* (Amberes, ex officina Martini Nuti & Ioannes Meursi, 1615), de Otto Vaenius.

Este breve recorrido por la cultura emblemática en la España del valimiento del duque de Lerma no nos ha permitido más que atisbar un poco de la importancia que tuvo la imagen unida a la palabra y lo sabiamente que fue explotada esa circunstancia por el poder. Los emblemas y sus modalidades genéricas dieron trabajo a hombres de letras y a artistas, y eran trabajo apreciado por caballeros y damas de la nobleza, que sabían lo que valían las imágenes para una reputación. El duque de Lerma estimó las composiciones emblemáticas, y no es casualidad que se le dedicaran algunos de los principales libros de emblemas españoles, como hemos visto.

* Este trabajo se inscribe en el proyecto de investigación cofinanciado por el Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (I+D), Ministerio de Educación y Ciencia de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER): *Biblioteca Digital Siglo de Oro III*, código: FFI2009-08113 (subprograma FILO).

1 Los neoplatónicos llegaron a creer en la existencia de un sistema de escritura verdaderamente simbólico en el que los conceptos abstractos y las ideas se podían expresar por medio de imágenes concretas de objetos materiales.

2 *Insignia Veneta, Mantuana, Bononiensis, Anconitana, Urbinate, Perugiensis* [s.l.] pero Italia, mediados del siglo XVI, BSB Cod. icon. 274. De este manuscrito proceden también las imágenes de las empresas de Isabella d'Este, esposa del marqués que citaré más adelante.

3 B. GRACIÁN, *Agudeza y arte de ingenio*, disc. LVII, en *Obras completas*, ed. L. Sánchez Lallá e introd. A. Egido, Madrid, 2001, pp. 758.

4 *Discurso o recopilación de las necesidades más ordinarias en que solemos caer hablando, introducidas...*, ed. E. Rodríguez, Valencia, 1993, pp. 424-425.

5 P. CALDERÓN DE LA BARCA, *La casa holgona*, ed. E. Rodríguez y A. Tordera, Madrid, 1982.

6 Esta empresa era, junto con la de *Nec spe nec metu* muy importante para Isabella, y probablemente es por lo que en las ediciones del *Orlando furioso* de Ariosto, de 1516 y 1521, colocan la apoteosis de su nombre en el canto 27, estrofa 27. Véase L.K. REGAN, «Ariosto's Threshold Patron: Isabella d'Este in the Orlando Furioso», *MLN* 120 (2005), pp. 50-69.

7 GRACIÁN 2001, p. 600. El mensaje en cifra que habría de entenderse es «Son mis amores reales», jugando con la díloga del nombre de la moneda de plata y del adjetivo que se aplica a lo perteneciente o relativo al rey o a la realeza. El episodio se asoció al asesinato del que fue víctima pocos días después, instigado, según los muchos poemas que se hacían eco de la *vox populi*, por el propio rey Felipe IV.

8 «Non debbono per alcun modo essere ereditarie, sì come sono l'Arme; né debbono usarsi da i figliuoli o da i nepoti, né da altri discendenti dopo la morte de' padri, degli avoli, o de gli altri maggiori loro. Anzi né ancor vivendo i padri si convien che i figliuoli usino l'Imprese loro». *Discorso di Girolamo Ruscelli intorno all'inventioni dell'Imprese, dell'Insegne, de' Mosti, et delle Livree*, incluido en P. GIOVIO, *Ragionamento de Mons. Paolo Giovio so-*

pra i mosti, et desegni d'arme, et d'amore, che comunemente chiamano imprese: con un discorso di Girolamo Ruscelli, intorno allo stesso soggetto, in Venetia, appresso Girolamo Ziletti, 1556. Sobre el asunto indicado trata en sig. N5r-v.

9 «Non lascierò di contarvi una ch'io feci l'anno passato al Signore Andrea, figliuolo dell'Eccellentissimo Sig. Don Ferrante Gonzaga; il quale, come giovanetto d'indole e speranza di sommo valore havendo ottenuto la condotta d'una compognia di cavalli, mi ricercò dell'impresa per lo stendardo, et io alludendo a quel di Vergilio: PARMA INGLORIUS ALBA, gli feci uno scudo over brocchier rotondo col campo bianco, ch'haveva intorno un fregio, il quale haveva dentro quattro piccoli tondi in quattro canti legati insieme con quattro festoni d'alloro. Nel primo v'era il crociolo dell'oro affinato del magnanimo Sign. Marchese Francesco, col suo motto: PROBASTI ME DOMINE [...].» Uso la edición *Diálogo dell'impresa militari et amorose Di Monsignor Giovio Vescovo di Nocera, Et del S. Gabriel Symeoni Fiorentino. Con un ragionamento di M. Lodovico Domenichi nel medesimo soggetto, con la Tavola*, in Lyone, Appresso Guglielmo Rouillio, 1574.

10 'que ni la esperanza, ni el miedo ni la preocupación por el propio provecho son capaces de destruir, y, a su vez, es con la que mueren y por la que mueren los hombres'.

11 Para más detalles sobre esta empresa de Isabella d'Este que luego pasó a Felipe II, véase S. LÓPEZ POZA, «Nec spe nec metu» y otras empresas o divisas de Felipe II», *Emblemática trascendente. Hermentútica de la imagen, iconología del texto. Actas del VII Congreso de la Sociedad Española de Emblemática*, Pamplona, 9-11 de diciembre de 2009 (en prensa).

12 *Raccolta di lettere sulla pittura, scultura ed architettura scritte da' piu celebri personaggi dei secoli XV, XVI e XVII pubblicata da M. Gio. Bottari e continuata fino ai nostri giorni da Stefano Ticozzi*, vol. I, Hildesheim-Nueva York, 1976, p. 63.

13 Fue Rey de Aragón, de Valencia (Alfonso III), de Mallorca (Alfonso I), de Sicilia (Alfonso I) de Cerdeña (Alfonso II) y conde de Barcelona (Alfonso IV); y entre 1442-1458 rey de Nápoles (Alfonso I).

14 «¿Qué se hizo el rey don Juan? / Los infantes de Aragón / ¿qué se hicieron? / ¿Qué fue de tanto galán, / qué fue de tanta invención / como trujo? / Las justas y los torneos, / paramentos, bordaduras / y cimeras, / ¿fueron sino devaneos? / ¿qué fueron sino verduras / de las eras?».

15 A su gusto por los libros alude en una carta enviada a Cosme de Médicis en junio de 1445: «Unos ofrecieron canes de caza, leones otros, o armas o cosas semejantes, a mí y a los demás reyes, pero ciertamente ningún presente honra tanto no sólo al que lo recibe sino también al que lo da, como los libros que encierran sabiduría. Por ello, oh Cosme mío, te expreso mi agradecimiento de manera muy singular. No sólo acreces mi biblioteca, sino mi dignidad y mi fama». Véase J. RUBÍO, «Alfonso V y la espiritualidad del Renacimiento», en *Estudios sobre el Magnánimo con motivo del quinto centenario de su muerte*, Barcelona, 1960, pp. 158-159.

16 El salterio y libro de horas de Alfonso el Magnánimo (*British Library*, Ms. Add. 28962, fol. 78).

17 *Symbola Romanorum imperatorum (imperii) occidentalis ac orientalis...* Cod. Icon. 425 BSB.

18 MAESTRO DEL SENOFONTE HAMILTON, *Trionfo di re Ferdinando d'Aragona*, Berlín, *Kupferstichkabinett*, inv. 78c 24, fol. 1v.

19 Para más detalle, véase S. LÓPEZ POZA, «Emblemática aplicada y artificios de la cultura visual en los juegos caballerescos del Siglo de Oro», en J.M. Díez BORQUE (Dir.), *Cultura oral, visual y escrita en la España de los Siglos de Oro*, Madrid, Visor, 2010 (en prensa).

20 El nombre *Crusca* ('salvado') aludía simbólicamente al proceso de moler el trigo, para dar a entender que el propósito de la Academia era «separar la harina (el idioma bueno) del salvado (el idioma malo)».

21 *Accademia della Crusca*: < <http://www.accademiadellacrusca.it/> > [05/01/2010]. Pueden verse las empresas de todos los académicos en la sección *Vissita la Sala delle Pale*.

22 C. BOUZY, «Ab insidiis non est prudentia' ou le bal emblématique du serpent es de l'araignée», en M. ROIG MIRANDA (ed.), *De la Péninsule Ibérique à l'Amérique Latine. Mélanges en l'honneur de Jean Subirats*, Nancy, 1992, pp. 59-70.

23 S. LÓPEZ POZA, «Autores italianos en la transmisión de la tradición del elogio en tiempo de Quevedo», *La Perinola*, 10 (2006), pp. 159-173.

24 *Francisci Sanctii Brocensis In Inclyta Salmaticensi Academia Rhetorica, Graecaeque linguae professoris, Comment. in And. Alciati Emblemata...* Lugduni, Apud Guliel. Rouillium, M.D.LXXIII. La edición de Lyon, dedicada a Martín de Azpilcueta, usó los mismos bloques xilográficos de las ediciones anteriores de Rouillé (probablemente retocados), y se reimprimió, junto con los comentarios de Mignault y Pignorius en Padua (1621) y, ya sin los em-

blemas de Alciato, en las *Obras completas* del Broncense editadas por Gregorio Mayans (1776). BNM: R/18845.

25 C. MIGNAULT, *Omnia Andree Alciati V.C. emblemata: adiectis commentariis & scholiis, in quibus emblematum ferme omnium aperta origine...* per Claudium Minoem Diuionensem, Antuerpiae, ex officina Christophori Plantini, 1574. Madrid, Biblioteca de la Real Academia de la Historia: 16/1208.

26 *Andree Alciati Emblemata cum commentariis Claudii Minois I. C. Francisci Sanctii Brocensis & notis Laurentii Pignorii...*; *opera et vigiliis Ioannis Thullii... Accesserunt sine Federici Morelli... corollaria & monita, ad eadem emblemata. Novissima hac editione in continuam unius commentarii seriem congestis...* plusquam dimidia parte auctis, Patavii, apud Petrum Paulum Tozzium..., ex typographia Laurentii Pasquati, 1621. BNE 2/5496 y ER/1332. Hay reedición moderna en Nueva York, 1976.

27 Se ha realizado una publicación con el estudio de J.J. ZANZA y J.L. OLINS MUGUETA, *Exequias reales del regimiento pamplonés en la Edad Moderna*, Pamplona, 2005.

28 K. PORTEMAN, *Emblematic Exhibitions (affixiones) at the Brussels Jesuit College (1630-1685). A Study of the Commemorative Manuscripts (Royal Library, Brussels)*, Turnhout, 1996.

29 J. DE BORJA, *Emblemata moralia* (Berlín, 1697), traducción latina de los *Empresas morales*; J. DE BORJA, *Moralische Sinn-Bilder* (Berlín, 1698), traducción alemana de las *Empresas morales*.

30 En *Hechos de los Apóstoles*, 13:22, termina el versículo con «que hará todo lo que yo quiera».

31 Capellán del rey, maestrescuela y canónigo de Cuenca, consultor del Santo Oficio. Su gran fama como lexicógrafo difuminó su labor de notable emblemata, pues su *Tesoro de la lengua castellana o española* (1611) fue el primer diccionario monolingüe del castellano y el primero de este tipo publicado para una lengua vulgar en Europa.

32 Covarrubias, *Suplemento* XXXII.

33 Los fastos de las dobles bodas costaron 950.000 ducados, cantidad descomunal, pero el marqués consiguió gracias a ellos el ducado de Uceda para su primogénito Cristóbal, un hábito de Calatrava para su hijo Diego, el título de marqués de Villamizar para su hermano, el arzobispado de Toledo para su tío Bernardo de Sandoval, y el ducado de Lerma para sí mismo.

34 El que sería a partir de 1600 el famoso gran conde de Lemos, que fue virrey de Nápoles (como antes lo había sido su padre) entre 1610 y 1616.

- 35 F. LOPE DE VEGA CARPIO, *Fiestas de Denia*, introducción y texto crítico de M. Grazia Profeti y apostillas históricas de B.J. García García, Florencia, 2004. Sobre los espectáculos promovidos directa o indirectamente por el duque de Lerma y su familia véase T. FERRER VALLS, *La práctica escénica cortesana: de la época del emperador a la de Felipe III*, Londres, 1991. Véase V. PÉREZ DE LEÓN, «Simulacros de la historia, historia de unos simulacros: Construcción, entretenimientos y fuentes de las *Fiestas de Denia* de Lope de Vega», *Hispanófila* (2003), 139, pp. 31-48.
- 36 F. GAUNA, *Relación de las fiestas celebradas en Valencia con motivo del casamiento de Felipe III*, 2 vols., ed. S. Carreres Zacarés, Valencia, 1926-1927. Los capítulos que menciono son el XXXIX y XL (vol. 1, pp. 397-434).
- 37 [J. ESQUERDO], *Tratado copioso y verdadero, de la determinación del gran Monarca Phelipe II para el casamiento del III con ... Margarita de Austria y entradas de sus Magestades y Grandes por su orden en esta ciudad de Valencia con las libreas, galas y fiestas...*, en casa de Iuan Grysóstomo Garriz..., véndese en casa de Iuan Bautista Timoneda, 1599 (Valencia). Transcribo modernizando ortografía, puntuación y acentuación.
- 38 En la relación de ESQUERDO 1599, se explica que el conde de Lemos, que sirvió en el torneo de Denia como maestro de campo, entró vestido de luto por la ausencia de su mujer, hija del valido.
- 39 ESQUERDO 1599, cap. IX.
- 40 *Herrada*: «Cubo de madera, con grandes aros de hierro o de latón, y más ancho por la base que por la boca».
- 41 Para cumplir una promesa de visitar a los santos Diego y Julián en agradecimiento por la curación de una reciente enfermedad sufrida por la reina, Cordero de Ciria transcribe lo que dice L. CABRERA DE CÓRDOBA en sus *Relaciones de las cosas sucedidas en la Corte de España, desde 1599 hasta 1614* (Madrid, 1875, p. 424), donde alude a que el motivo del viaje a Alcalá es dar gracias por la salud del rey, que sufrió calenturas y «viruelas locas», pero en el manuscrito dice claramente que el motivo fue que la reina había sufrido recientemente una enfermedad y sanó gracias a las reliquias de san Diego. *Certamen poético en honor de Felipe III y de Margarita de Austria, con motivo de visitar el cuerpo de San Diego de Alcalá de Henares, ofrecido por el Colegio Mayor de S. Ildefonso de esta ciudad y por su rector D. Pedro Zapata*. BNE, Ms. RES. 238, compuesto de 52 folios (261x 185 mm).
- 42 S. LÓPEZ POZA, «Alonso de Ledesma and the Spanish Epigrams in the Polyglot Edition of Vaenius's 'Amoris divini Emblemata'», en *Learned Love. Proceedings of the Emblem Project Utrecht Conference on Dutch Love Emblems and the Internet (November 2006)*, ed. E. Stronks y P. Boot, La Haya, 2007, pp. 93-109.
- 43 «*The Ommeganck in Brussels on 31 May 1615: The Triumph of Archduchess Isabella*», catalogado en el Victoria and Albert Museum de Londres con el número 5928-1859. El cuadro fue encargado por el archiduque Alberto para conmemorar la importante procesión que honró a los más prestigiosos miembros del gremio de ballesteros de Bruselas. La archiduquesa fue coronada reina de la procesión.