

## El emblema: un nuevo lugar estético para los antiguos lugares éticos

por Christian BOUZY  
(Universidad de Metz)

A lo largo de los siglos XVI y XVII, el emblema fue una de las expresiones artísticas que tuvieron más afinidad con la intensa voluntad didáctica de la época. Adrede, decimos "artística" y no literaria ya que el emblema es la conjunción de un elemento visual, bajo la forma de un grabado, y de un elemento textual, bajo la forma de un corto poema (epigrama, octava, décima o soneto), aunque muchas veces –por lo menos en España– este elemento textual suele ser una glosa en prosa. En este caso, el conjunto, acompañado del imprescindible mote o lema, se conoció con el nombre de "empresa" –traducción de la palabra italiana *impresa*, derivada del francés *entreprise* o, quizás, *emprise*–, término que se debiera reservar normalmente para las divisas, constituidas ellas tan sólo de una figura y de un lema. Buenos ejemplos de esta deformación semántica son las *Empresas Morales* de Juan de Borja<sup>1</sup>, las llamadas *Empresas Políticas* de Diego de Saavedra Fajardo<sup>2</sup> y las *Empresas Sacras* de Núñez de Cepeda<sup>3</sup>. Pero éste no es el lugar para entrar en el falso debate de las diferencias entre el emblema y la empresa, diferencias que son más funcionales que formales<sup>4</sup>.

Ante todo, es esencial considerar los manuales emblemáticos como auténticos tratados didácticos cuyo objetivo primordial era la educación del príncipe. No olvidemos sin embargo, como dijo Bossuet, que educar al príncipe es educar a todos<sup>5</sup>, por lo que los libros de emblemas cobran una dimensión mucho más interesante en el marco de la literatura didáctica del Siglo de Oro. Además, dentro de la problemática del "deleitar enseñando"<sup>6</sup>, parece evidente que el emblema

---

<sup>1</sup> Juan de Borja, *Empresas Morales a la S.C.R.M. del Rey Don Phelipe nuestro Señor [...]*, Praga, por Jorge Nigrin, 1581.

<sup>2</sup> Francisco Núñez de Cepeda, *Idea de el Buen Pastor, copiada por los SS. Doctores representada en Empresas sacras, con avisos espirituales, morales, políticos, y económicos para el Gobierno de un Príncipe Ecclesiástico [...]*. En Leon, A costa de Anisson y Possuel, 1682.

<sup>3</sup> Diego de Saavedra Fajardo, *Idea de un Príncipe político Christiano representada en cien Empresas [...]*. En Mónaco en la Empronta de Nicolao Enrico, a I de Marzo de 1640.

<sup>4</sup> Remitimos aquí a Aquilino Sánchez Pérez, *La literatura emblemática española*, Madrid, SGEL, 1977, pp. 50-53.

<sup>5</sup> Jacques-Bénigne Bossuet, *Lettre à Voetius*, 1<sup>er</sup> juin 1672: "Il s'agit non seulement de l'éducation du fils du Roi, mais de l'éducation de tous".

<sup>6</sup> Directamente heredado del *utile dulci* horaciano y del precepto de Quintiliano "ut doceat, moveat, delectet" (*Institutiones oratoriae*, III, 5, 2).

desempeña un papel de primera importancia por su esmerada función conativa que consiste en atraer la atención del lector-vidente, captando su sentido visual para mejor embelesar (o embelesar) su mente. Por decirlo así, lo estético se pone al servicio de lo ético en un intento de remozamiento de los antiguos lugares comunes que forman la esencia misma del pesado mensaje emblemático.

Trataremos, pues, de analizar, a través de cuatro ejemplos sacados de autores del siglo XVII, cómo funciona esta alianza entre lo Bello y lo Bueno, tras la cual se perfila en filigrana lo Justo, el tercer elemento de la triada platónica. Elegimos nuestro primer emblema en la *Idea de un Príncipe Político-Christiano* de Diego de Saavedra Fajardo, por su perfecta adecuación al tema de este coloquio (véase Lámina I). Se trata de la quinta empresa de la obra cuyo mote "Deleitando enseña", inscrito en una filacteria, remata una figura que representa un jardín geométrico a la francesa, símbolo de la superioridad del arte sobre la naturaleza, concepto algo desviado por el autor en la glosa cuando escribe: "El arte de reinar no es don de la naturaleza, sino de la especulación y de la experiencia"<sup>7</sup>. En su excelente edición de las *Empresas Políticas*, Francisco Javier Díez de Revenga comenta el dibujo diciendo que "simboliza el orden y la organización deleitosos, como el juego cuyo valor pedagógico <se> encarece en la empresa"<sup>8</sup>. Nos parece que estas dos interpretaciones olvidan uno de los elementos figurados por este jardín fortaleza: el de la iniciación que se hace de manera disfrazada bajo la dirección de un maestro, punto en el que insiste el mismo Saavedra: "es menester la industria y arte del maestro, procurando que en ellos y en los juegos pueriles vaya tan disfrazada la enseñanza, que la beba el príncipe sin sentir"<sup>9</sup>. Volveremos más tarde sobre esta noción de disfraz tan esencial en la literatura emblemática, pero notemos ya cómo Diego de Saavedra Fajardo se vale de la polisemia icónica de un jardín en forma de fortaleza, con sus cinco baluartes, para mostrar la importancia de lo lúdico en la educación marcial del príncipe<sup>10</sup>.

Ahora bien, lo que cabe notar además en esta empresa es cómo de una representación dibujada, cuyos principios estéticos esenciales se basan en las formas geométricas, pasamos en el comentario a la noción ética de la educación del príncipe y a la rectitud de los principios educativos que van a regir su conducta. Trasparenta, detrás de este procedimiento, una agudeza por asimilación entre el cuerpo y el alma de la empresa, términos utilizados por los tratadistas de la época para evocar respectivamente el grabado y el texto. Pero el principal concepto de este emblema se encuentra más bien en la *discordia concors*, i.e. en la conformidad de los extremos –como diría Gracián– que supone este jardín con aspecto de fortaleza.

<sup>7</sup> Diego de Saavedra Fajardo, *Empresas Políticas*, Edición, introducción y notas de Francisco Javier Díez de Revenga, Barcelona, Planeta, 1987, p. 47.

<sup>8</sup> *Ibid.*, p. 45.

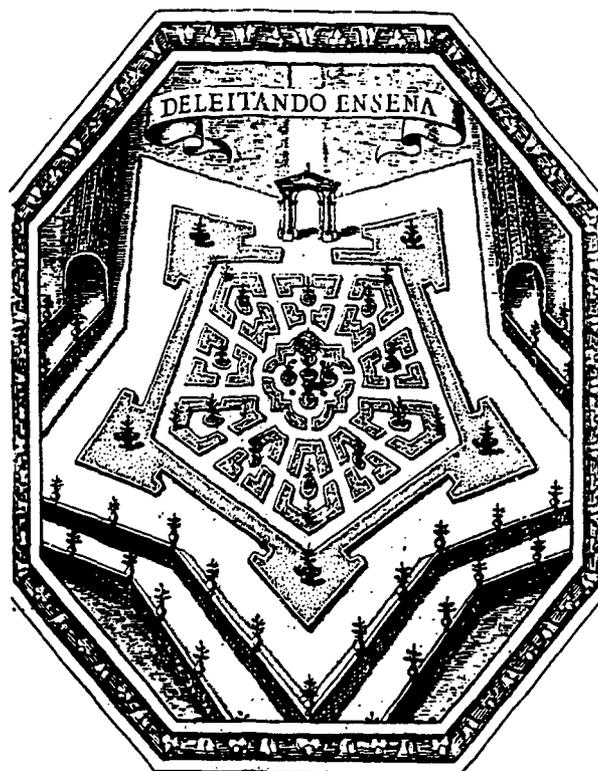
<sup>9</sup> *Ibid.*, p. 45.

<sup>10</sup> Aspecto en el que insistía ya el teórico italiano Filippo Picinelli en su tratado: *MONDO SIMBOLICO/FORMATO D'IMPRESE/ SCELTE, SPIEGATE, ED'ILLVSTRATE/ con sentenze, ed eruditioni, Sacre, e Profane [...]*, IN MILANO, MDCLXXIX/----/ Nella Stampa di Francesco Vigone. Artículo *Giardino Lib. XI*, Cap. XX, 215, p. 531a-b: "Don Diego Saavedra, per inferire che nelle Corti gli Ai, ed i Maetri dei Prencipi, deuno insegnare a i grandi, má con maniere soauí, e industriose quelle scienze, e professioni, che al vero Prencipe s'attengono, figuró vn giardino, attorniato da ben intense fortificationi, e baloardi, col motto; DILETTANDO INSEGNA; e vuol dire, che valendosi de i giuochi, questi siano instrutioni, che portino, e dispongano il Prencipe ad attioni serie, ed eroiche; *Itaque ludi (Aristotele 7. Polit. cap. 17) magna ex parte imitationes esse debent earum rerum, quae serio postea sunt obeundae*".

SYMBOLA POLITICA.

31

SYMBOLVM V.



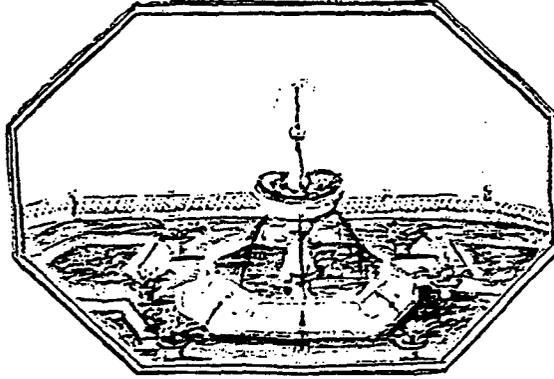
**R**ADICES *artium amara, fructus verò dulces*: capropter defugit eas initiò Natura nostra, nec ullus ei labor accidit gravior, quàm quem in prima elementa impendi necesse est: magnis enim molestiis, & multo sudore ea res iuventuti constat. Isthac igitur de causà, & quia studia assiduam deposcunt operam, quod valetudo, & aula negotia, atque oblectamenta non sinunt, oportet ut Magistri compenset industria, varia excogitando media, quibus molestias institutionis lusuam puerilium suavitate sic condat, ut sensim sine sensu, quæ addiscenda sunt, Principis animus imbibat. Exempli causà; ut legere is discat, hoc artificio utatur

C 4

licet.

Lámina I. Diego de Saavedra Fajardo, *Idea Principis Christiano-Politici*, Empresa V

Sic Præmijs omnia florent.



EMBLEMA LXXIIX.

*Fons salit irriguus. Crescunt flos, semina, planta,  
Verantes properat prodiga limpha dies.  
Præmia facundent Animos, reverentia recti  
Orbi a dicit: Virtus semina grata dabit.*

Com premios tudo assim taobem florece.

VERSAO.

SONETO.

Q' taó fermóza vista estaó fazendo,  
Desta Fonte os purísimos licores.  
Q' espargindo-se de alto sobre as flores  
Como q. rix alegres se estaó yendo!

Oh! como as Plantas todas vaó crescendo.  
Ostentando igualmente seus verdores.  
Q' d'agoa socorridas com sabores,  
Da Primavera estaó retrato sendo!

Desta fórma, com premios repetidos.  
Nos Vassallos o efforço, o eugenho a Arte.  
Crescem dos Altos Reys favorecidos.

Q' se obem se premeia: em toda a parte.  
Saó da virtude os fructos produzidos.  
Assombros de Minerva, honras de Marte.

Lámina II. Juan de Solórzano Pereyra, *Emblemata Regio-Política*, Emblema LXXVIII

Es en la convergencia de los antagonismos entre el cuerpo y el alma, entre lo visual y lo textual, entre lo sensible y lo inteligible, donde se sitúa el conceptismo didáctico del emblema. Los pedagogos, y los didácticos en general, querían acortar la distancia que mediaba entre el *aisthêtikos*, es decir, los sentidos, y el *ethos*, entendido como idea moral, y se valían del emblema con esta finalidad, ya que representaba para ellos el principal medio para hacer visible lo inteligible; el emblema era uno de los procedimientos por los cuales, gracias al símbolo, se intentaba dar a las ideas la apariencia de las figuras (dar una forma plástica a las ideas). A fin de cuentas, la representación simbólica de este jardín fortaleza entra dentro de una estrategia didáctica, insistiendo Diego de Saavedra Fajardo en el aspecto lúdico de una enseñanza que pretende ser eficaz. Se advierte, pues, cómo el símbolo ocupa un lugar predominante en este doble juego retórico, basado en la fuerza persuasiva de la imagen y respaldado por la agudeza del concepto, que consiste en asimilar dos imágenes antagónicas: un jardín deleitoso por una parte, una adusta fortaleza por otra.

Si examinamos más detenidamente el simbolismo del grabado, vemos que el elemento central del jardín, una esfera sostenida por un surtidor, puede interpretarse como la representación del dominio del mundo. Además, es posible que este mismo surtidor simbolice, a su vez, a la persona de donde emanan todos los bienes, es decir en este caso, el soberano. El surtidor como símbolo del príncipe benéfico es otro tópico que la literatura emblemática materializó de manera estética, como podemos ver en el emblema LXXVIII (véase Lámina II) de los *Emblemata Regio-Politica* de Juan de Solórzano Pereyra<sup>11</sup>, en parte copiados en versión castellana por Andrés Mendo bajo el título de *Príncipe perfecto, y Ministros ajustados*<sup>12</sup>. La obra de Solórzano fue traducida al portugués en el siglo XVIII y publicada en una maravillosa edición coloreada<sup>13</sup>, de donde sacamos esta figura, desdichadamente sin los colores.

En este emblema y en muchos otros parecidos<sup>14</sup>, los evidentes y muy trillados tópicos éticos, tanto del mote "*Sic Praemiis omnia florent*" como del verso final "*Virtus semina grata dabit*", adquieren un nuevo vigor expresivo por el trato estético que se les confiere. La representación simbólica del soberano que premia a sus súbditos para favorecer sus empresas, bajo la forma de un surtidor que va repartiendo agua a las plantas para que crezcan, obra como un nuevo lugar estético cuya intención es despertar el interés del lector-vidente, deleitando su sentido visual, y cuya finalidad didáctica es persuadirle de los beneficios que van vinculados con la Virtud. El emblema en general se puede considerar entonces como un intento de renovación estética de una expresión ética

<sup>11</sup> Juan de Solórzano Pereyra, *Emblemata centum, Regio-Politica*, Matrini, D. García Morras, 1653. Tópico mencionado igualmente por Filippo Picinelli, *op. cit.*, artículo *Fonte*, Lib. II, Cap. XXV, 420, p. 104: "Dourebbe ogni buon Prencipe portar scolpite nel cuore le parole soprascritte ad vna fonte, che spicciando in alto nel mezzo ad vn giardino, si spargeua à rinforzar d'intorno tutte le famiglie dei fiori; ELEVOR UT ELEVEM, non essendoui attione piu degna di colui, che sopra tutti vien solleuato da Dio, che di solleuare i suoi inferiori".

<sup>12</sup> Véase Karl Ludwig Selig, "Concerning Solórzano Pereyra's *Emblemata Regio-politica* and Andrés Mendo's *Príncipe perfecto*", en *MLN*, vol LXXI, 1956, pp. 283-287.

<sup>13</sup> Véase la edición facsímil de Francisco António de Novaes Campos, *Príncipe perfeito. Emblemas de D. João de Solórzano*, Lisboa, Instituto de Cultura e Língua Portuguesa, 1985. Se puede consultar también la edición de Jesús María González de Zárate, *Emblemas Regio-Políticos de Juan de Solórzano*, Prólogo de Santiago Sebastián, Traducción de los epigramas por Lorenzo Matheu y Sanz, Madrid, Ediciones Tuero, S.A., 1987 (Emblemática 1).

<sup>14</sup> Cf. Arthur Henkel und Albrecht Schöne, *Emblemata Handbuch zur Sinnbildkunst des XVI. und XVII. Jahrhunderts*, Stuttgart, 1971, cols. 1243-1248.

algo desvirtuada por la repetición de los enunciados sentenciosos. Por el uso de los emblemas y a través de su expresión simbólica, capaz de movilizar los afectos en los dos sentidos de la palabra, tanto psicológico como pictórico<sup>15</sup>, el didactismo del Siglo de Oro ya utilizaba los medios expresivos que intensificará la publicidad siglos más tarde, como comenta Gisèle Mathieu-Castellani:

Comme dans le produit publicitaire [...], dans le livret d'emblèmes la médiocrité du message, délivrant sans désespérer les affligeantes sentences d'un humanisme mou, contraste à l'occasion avec l'ingéniosité du dispositif, et l'agilité de l'invention. Et comment ne pas reconnaître qu'ici et là la représentation est tout orientée vers une signification, que l'esthétique se met au service du pragmatique en exploitant les critères hédoniques, que l'œil et l'oreille sont ensemble sollicités pour favoriser la réception d'une leçon qui doit conduire (à) l'action?<sup>16</sup>

Penetrar en las mentes halagando los sentidos es el objetivo primordial tanto del emblema, que mueve a la acción moral, como del cartel publicitario, que mueve a la compra de un producto. Vale a decir que la originalidad de estas dos expresiones, que juntan lo visual con lo textual, se encuentra menos en la esencia del mensaje que en su apariencia, o –mejor dicho– que en sus apariencias, en un sentido teatral de la palabra. Y es verdad que el emblema tendió a teatralizarse, o sea, que su decorado y su orla decorativa tomaron cada vez más importancia, no sólo como mero adorno estético, sino también como parte integrante de la semántica emblemática. Se advierte perfectamente esta tendencia en las *Empresas de los Reyes de Castilla y de León* de Francisco Gómez de la Reguera<sup>17</sup>. En esta obra, que quedó manuscrita durante más de tres siglos y que se acaba de editar en Valladolid, los dibujos a pluma de la misma mano del autor –caso único, al parecer, en la historia de los libros de emblemas– ostentan una fuerza expresiva y una profusión de detalles pocas veces conseguidas en los grabados emblemáticos de toda Europa. A partir de las verdaderas empresas de los soberanos de Castilla y de León, auténticas divisas históricas compuestas de una figura acompañada de una sentencia, Francisco Gómez de la Reguera escribe un soneto, creando así nuevos emblemas en el estricto sentido de la palabra<sup>18</sup>, soneto al que añade –según el uso de muchos emblemistas españoles– una glosa en prosa que es un verdadero catálogo de citas eruditas.

A estas alturas, podemos preguntarnos si el enriquecimiento estético del emblema-empresa, llevado a su extremo, obra en pro o en contra del mensaje ético, o sea, si, en vez de ensalzar el alma, no termina el cuerpo ocultándolo. Así, de manera paradójica, lo estético, al captar toda la atención del lector-vidente, llegaría a ser la esencia del mensaje, mientras que lo ético no sería más que un acompañamiento que le sirviera de coartada. Es decir, después de obrar como un maquillaje estético de conceptos éticos, el emblema convertiría esta apariencia, este disfraz al que aludíamos antes, en sustancia esencial. Casi todas las empresas-emblemas de Francisco Gómez muestran con evidencia, a la vez en la parte pictórica y en la parte poética, la primacía que va adquiriendo lo

<sup>15</sup> Real Academia Española, *Diccionario Manual e Ilustrado de la Lengua Española*, cuarta edición revisada, Madrid, Espasa-Calpe, S. A., 1989, p. 36b: "afecto, m. Cualquiera de las pasiones del ánimo [...] // Pint. Expresión y viveza de la acción en que se pinta la figura".

<sup>16</sup> Gisèle Mathieu-Castellani, "Le défi de l'emblème", en *Revue de Littérature Comparée*, n° 4, 1990, p. 597.

<sup>17</sup> Francisco Gómez de la Reguera, *Empresas de los Reyes de Castilla y de León*, Edición crítica de César Hernández Alonso, Universidad de Valladolid, 1990.

<sup>18</sup> Según la propia definición del *emblemata triplex* de Alciato: una sentencia, una figura, un poema.

estético frente a lo ético. Valiéndonos de un solo ejemplo, intentaremos analizar cómo se produce esta inversión de valores (véase Lámina III).

En esta empresa de Margarita de Austria, emblematizada por el añadido de un soneto, la figura ostenta caracolas y cetáceos que, otra vez a modo de un surtidor, sirven de soporte a una concha en la que se encuentra una perla sobre la cual soplan dos céfiros, con la sentencia "*His lustrata perfectior*" –"Purificada por ellos me hago perfecta". La significación de la empresa es la siguiente: Margarita de Austria (la concha) expone su alma (la perla) a la gracia divina (la luz del día) para acoger las virtudes (el soplo de los céfiros), purificándose así de los afectos humanos (la sombra habitual de la concha).

Lo que sorprende en el grabado de esta empresa es que la orla decorativa, los *parerga* en la terminología de Kant<sup>19</sup>, "lo que está fuera de la obra" –i.e. los adornos–, ha desaparecido, contrariamente al uso de la época. Pero esta desaparición es sólo aparente, ya que se puede considerar que la parte decorativa del grabado –la que está compuesta de las caracolas y los cetáceos– es la orla que se ha trasladado dentro de la misma obra, dentro del *ergon*<sup>20</sup>. En efecto, se nota en seguida que sólo el tercio superior del grabado desempeña un papel semántico en el mensaje ético emitido por la empresa. ¿Significa esto que las dos terceras partes inferiores del grabado, esto es, el *parergon* hecho obra, son mero adorno y no tienen función ninguna en la economía del cuerpo de la empresa? Claro que no. En realidad, todo este aparato decorativo participa de la ambientación que quiere sugerir el autor-artista, ambientación supeditada a un verdadero esteticismo que antepone la belleza de las formas al valor moral de la idea. Esta impresión se confirma en el soneto cuyas metáforas insisten más en la estética poética que en la ética espiritual; así, a "las cristalinas aguas que llora la blanca aurora", al "céfiro blando con aliento leve", a la joya que "en mortal nácar a la perla imita" –metaforización alegórica para hacer visible lo invisible–, sólo responde la "perfección infinita", único aspecto moral denotado del emblema.

Parece que el autor reservó los tópicos éticos para la glosa en prosa, que constituye el último elemento de esta empresa-emblema y adonde se relegan las sentencias morales sacadas de autores latinos, en este caso Plauto y Salustio: "*Omnia in se habet, omnia assunt bona quem penes est virtus*", "Todo lo tiene en sí, todos los bienes están en quien posee íntimamente la virtud", y sigue la retahíla de sentencias trilladas: "Sólo la virtud permanece siempre clara y luciente [...]", "Es la virtud tan excelente don del cielo [...]", "La riqueza [...]" y todos los demás bienes son una brevísima luz [...]"<sup>21</sup>, y un largo etcétera. Algo como si el autor deseara practicar una dicotomía entre lo estético visual o poético y lo ético, que está confinado en el comentario prosaico.

Contrariamente a este poeta vallisoletano, el jesuita toledano Núñez de Cepeda plantea más bien la problemática del emblema por las vertientes de la ética más acendrada y de los tópicos más conocidos. En su *Idea del Buen Pastor*, llamada más comúnmente *Empresas Sacras*, sacadas a luz en León de Francia en 1682, que constan de grabados con sendas sentencias, acompañados de un

<sup>19</sup> Emmanuel Kant, *Critique de la faculté de juger*, Traduction de A. Philonenko, Paris, Librairie Philosophique J. Vrin, 1979, p. 68.

<sup>20</sup> Véase el comentario de Jacques Derrida, *La vérité en peinture*, Paris, Flammarion, 1978, p. 63: "*Un parergon* vient contre, à côté et en plus de l'*ergon*, du travail fait, de l'oeuvre mais il ne tombe pas à côté, il touche et coopère, depuis un certain dehors, au-dedans de l'opération. Ni simplement dehors ni simplement dedans. Comme un accessoire qu'on est obligé d'accueillir au bord, à bord. Il est d'abord l'«bord»".

<sup>21</sup> Francisco Gómez de la Reguera, *op. cit.*, p. 248.

comentario en prosa, Núñez de Cepeda hace gala de una preocupación educativa acerca de la formación espiritual del clérigo y más específicamente del obispo. En la empresa XXV (véase Lámina IV), el tema de la enseñanza impartida por los sacerdotes constituye lo esencial del mensaje, valiéndose el autor de uno de los lugares comunes más ostentados por la literatura emblemática. Se ve en el grabado a una osa que está lamiendo a su oseño en un decorado de monte, encuadrándose la figura en una orla decorativa con motivos florales y un semblante humano. La sentencia "*Donec formetur*" –"Hasta que se forme"–, sacada al parecer de una epístola de San Pablo a los Gálatas<sup>22</sup>, explicita en parte la representación icónica, ilustración de una antigua creencia, según la cual el oseño recién nacido no era sino una masa amorfa, que los lamidos de la madre iban moldeando hasta que tuviera miembros.

Este tópico, que se encuentra en los principales naturalistas de la Antigüedad, Aristóteles<sup>23</sup>, Plinio<sup>24</sup>, Plutarco<sup>25</sup> y en el poeta Ovidio<sup>26</sup>, siguió vivo gracias a Opiano<sup>27</sup>, Eliano<sup>28</sup>, Donato<sup>29</sup> e Isidoro de Sevilla<sup>30</sup>. Su presencia en los *Hieroglyphica* de Horápolo<sup>31</sup>, donde aparece como símbolo de la educación que dan los padres a su prole, desencadenó una emblemización a ultranza del concepto por toda Europa<sup>32</sup>. El emblemista español Sebastián de Covarrubias se valió también de esta imagen en sus *Emblemas Morales*<sup>33</sup> para insistir en que la perfección de la obra de arte debe ser el objetivo de cualquier artista. Por su parte, el pintor italiano Tiziano hizo una empresa o divisa de esta figura con el mote *Natura potentior ars*, por lo que se descubre una nueva interpretación simbólica del tópico, que enlaza directamente con la imagen del jardín de Saavedra Fajardo y con la del surtidor de Juan de Solórzano Pereyra. Con este lema del arte superior a la naturaleza, verdadero tópico de la literatura emblemática, entramos de pleno en una concepción aristotélica del arte considerado como técnica de persuasión. Pero el juego dialéctico entablado entre el *delectare* y el *docere* no es suficiente para explicar la vigencia de estos tópicos nuevamente "estetizados"; en efecto, la parte plástica del emblema no se contenta con deleitar a los sentidos sino que actúa de manera esencial en el *movere*, estimulando los afectos a los que aludimos antes. A este propósito, cabe mencionar el acertado juicio de José Antonio Maravall que declara:

No basta con decir que el Barroco se mantiene fiel a la temática, según tradición aristotélica y horaciana, del *delectare-docere*, fundiendo las dos partes en una sola tendencia. Es no ver el nudo de la

<sup>22</sup> Gálatas, 4, 19. Cf. Rafael García Mahiques, *Empresas Sacras de Núñez de Cepeda*, Madrid, Ediciones Tuero, 1988, p. 112, de donde sacamos esta reproducción.

<sup>23</sup> Aristóteles, *De historia animalium*, IV, 30, 579a.

<sup>24</sup> Plinio, *Naturalis historia*, VIII, 126.

<sup>25</sup> Plutarco, *De amore proles*, 2.

<sup>26</sup> Opiano, *Cynegetica*, III, 161 ss.

<sup>27</sup> Eliano, *De natura animalium*, II, 19.

<sup>28</sup> Ovidio, *Metamorphoseon*, XV, 379.

<sup>29</sup> Donato, *Vita Vergilii*, 22.

<sup>30</sup> Isidoro de Sevilla, *Origines*, XII, 22.

<sup>31</sup> Horápolo, *Hieroglyphica*, II, 83. Se podrá consultar la muy reciente edición de Jesús María González de Zárate: Horápolo, *Hieroglyphica*, Madrid, Akal, 1992 (Arte y Estética). Primera traducción al castellano de la obra.

<sup>32</sup> Remitimos al detallado comentario de este emblema en Rafael García Mahiques, *op. cit.*, pp. 110-112. Véase también Arthur Henkel und Albrecht Schöne, *op. cit.*, cols. 441-443. Extenso panorama de la utilización de este tópico en Filippo Picinelli, *op. cit.*, Lib. V, Cap. XXXVIII, 502-506, pp. 288-290.

<sup>33</sup> Sebastián de Covarrubias, *Emblemas morales*, Madrid, Luis Sánchez, 1610.



La concha hermosa, que en su copa bebe  
las cristalinas lágrimas que llora,  
antes que nazca el sol, la blanca aurora,  
y cuaja perlas en su nácar breve.

Para que tenga el esplendor que debe  
la bella Margarita, que atesora,  
a los vientos expuesta la mejora  
céfiro blando con aliento leve.

Así la más preciosa Margarita,  
de la corona de Austria joya amada,  
en mortal nácar a la perla imita,

Pues de celestes soplos ilustrada  
crecer a perfección quiere infinita,  
para ser perla en la mejor morada.

Lámina III. Francisco Gómez de la Reguera, *Empresas de los Reyes de Castilla y de León*,  
Empresa XXXIII



ace el cachorro parto de la osa tan informe y en nada parecido a su especie, que todo es una masa ruda, un bulto sin facciones que den siquiera menudas señas de alguna vida. Hasta que el amor, artifice de raras transformaciones, hace que la madre, mirando aquel pedazo grosero de sus entrañas, se valga de la lengua como instrumento que, lamiéndole, le señale los ojos, le forme los oídos, le abra el olfato, le distinga los pies y le descubra la boca. ¿Qué otra cosa es la niñez del hombre que una rudeza inculta, en que apenas se ven señalados los sentidos de los afectos? Llegue pues el prelado y, como madre amorosa, con la lengua de la enseñanza divina, empiece a limar a imitación del Apóstol esta masa tosca, desbaste su rudeza, descubra las facciones del alma, imprimiendo en el semblante de la razón el carácter y semejanza de Cristo.

Lámina IV. Núñez de Cepeda, *Idea de el Buen Pastor*, Empresa XXV

cuestión olvidar el tercer aspecto que encierra y que altera profundamente la naturaleza intelectualista del *docere*: nos referimos al "mover".<sup>34</sup>

Si volvemos a la empresa de la osa y al mensaje didáctico que el jesuita intenta dar a entender, nos percatamos claramente de que los tópicos, que se incluyen en el grabado, consiguen nueva vida gracias esencialmente a su "estetización" formal, es decir, gracias al cuerpo de la empresa, porque es esta parte la que deleita y conmueve al mismo tiempo. Por otro lado, el estudio del alma, esto es, la parte textual de la empresa, con su metáfora osa-prelado / osezno-joven cristiano, nos enseña dos puntos interesantes acerca del didacticismo de la época: primero, la distinción establecida entre sentidos y afectos, luego, la metaforización constante del cuerpo al alma:

¿Qué otra cosa es la niñez del hombre que una rudeza inculta, en que apenas se ven señalados los sentidos de los afectos? Llegue pues el prelado y, como madre amorosa, con la lengua de la enseñanza divina, empiece a limar a imitación del Apóstol esta masa tosca [...], descubra las facciones del alma, imprimiendo en el semblante de la razón el carácter y semejanza de Cristo.<sup>35</sup>

Este traslado metafórico continuo de la materia al espíritu es fiel reflejo de una concepción emblemática del mundo que lo alegoriza todo, intentando sistemáticamente hacer visible lo inteligible para mejor enseñar y educar. Tal actitud didáctica puede entenderse igualmente como una tentación monista de explicación filosófica del mundo: "todo es uno".

En este contexto, el emblema aparecía dentro de la literatura didáctica del Siglo de Oro como un género con estatuto privilegiado gracias a su iconicidad. La estética visual del emblema llegó entonces a integrarse en el proceso dialéctico de persuasión de una ideología atormentada por el *ethos*, siendo la figura un argumento más para estimular los afectos y mover a la acción. Fue con esta concepción pragmática como los emblemistas supieron valerse del aspecto pictórico del emblema, el elemento estético más atractivo, para dar otra forma a un mensaje algo desvirtuado por los tópicos. Por el uso del emblema y de la empresa, la literatura didáctica –impulsada esencialmente por un afán moral– intentó dar nuevo vigor a las sentencias trilladas y a los antiguos tópicos, que de tanto repetirse iban perdiendo su fuerza pragmática.

Sin embargo, no se debe pasar por alto cierta tentación esteticista que, al dar demasiada importancia al aspecto formal seductivo, olvidaba el contenido ético del mensaje. En el extremo opuesto, cabe advertir cuán poco amena resultaba la tendencia que insistía sobre manera en la lección moral, dejando aparte el concepto, que es el elemento constitutivo del emblema. Finalmente, tampoco se puede reducir el mecanismo persuasivo, y por tanto didáctico, del emblema a un juego dialéctico –en la acepción hegeliana del término– entre ética y estética, entre alma y cuerpo, entre inteligible y visible. Desde luego, la función del emblema es enseñar deleitando, según el binomio horaciano del *utile dulci*, pero su influencia va mucho más allá, puesto que la expresión emblemática, al suscitar los afectos, cobra una dimensión suplementaria: la del mover. Tiene entonces el emblema una triple finalidad: instruir el espíritu por el mensaje moral, deleitar los sentidos por la forma estética y conmover el ánimo por su teatralidad. Añadiendo así el *pathos* al *ethos* y al *aisthêtikos* el emblema corresponde plenamente a la famosa fórmula de Quintiliano, cuando éste define las metas del arte de la oratoria: "*ut doceat, moveat, delectet*".

<sup>34</sup> José Antonio Maravall, *La cultura del Barroco*, Barcelona, Editorial Ariel, S. A., 1986, p. 174.

<sup>35</sup> Rafael García Mahiques, *op. cit.*, p. 109.

Norbert von Prellwitz

Il discorso bifronte  
di Guzmán de Alfarache

1992

Bagatto Libri

13	Introduzione
	Parte prima. Il caso Guzmán de Alfarache
29	Lo scrittore previene il lettore
32	Tu
38	Io
43	L'attore
46	Le eccezioni...
51	...confermano la regola
60	Fiducia
65	Il consigliere
68	Il pentito
80	Il delatore
	Parte seconda. Il ragno e il serpente
95	Guzmán scrive un prologo
102	Atalaya
119	Il libro non rilegato
132	La balena e la sardina
149	Digressione: il gergo di Lazaro de Tormes
159	L'oracolo eloquente
173	Il sofista
183	Inganni
191	Uomo perfetto
207	Lo studente
214	Il ragno e il serpente
225	Il marchese
231	Al discreto lector
242	L'inganno innocuo
251	Bibliografia
259	Indice dei nomi