

*DIEGO SAAVEDRA FAJARDO: LAS
«EMPRESAS POLITICAS» DENTRO DE LA
TRADICION DE LOS LIBROS DE EMBLEMAS*

DESDE que la obra de Alciato, publicada en 1531 (1), dió motivos a Balbino para que le llamase —y con buenas razones— «Emblematum Pater et Princeps» (2), los libros de emblemas llegaron a ser los más populares en Europa. Y España no quedó al margen de tal boga, si bien es verdad que la emblemática española cobró sus características bien diferenciadas.

Efectivamente, el carácter de mundanidad, de mero juego intelectual, de instrumento para el «ejercicio de los inteligentes» pronto cedió ante otros valores o prioridades que reflejaban los gustos o preocupaciones de ciertas mentes de la época. Y aunque ello no sea exclusivo de los libros de emblemas españoles, sí que es preciso reconocer que en España se hace, cuando menos, más insistente. Me refiero al carácter *didáctico y moralizador*.

Los emblemas era tan bien vistos por la gente, incluso la más ignorante, atraían tanto, eran tan populares en actos públicos (procesiones, fiestas, justas poéticas) que hasta los predicadores se valían de ellos par afines homiléticos. Francisco de Villava es quizás el más preclaro ejemplo de este proceder (3).

(1) *Emblematum Liber*, Augsbug, 1531.

(2) Cit. en A. SÁNCHEZ, *La literatura emblemática española, siglos XVI y XVII*, Sgel, Madrid, 1977, pág. 15.

(3) *Empresas espirituales y morales*, Baeça, 1613.



Precisamente dentro de esta tendencia didáctica y moralizadora se ha de situar la obra emblemática de Saavedra Fajardo, *Idea de un Príncipe político-cristiano representada en cien empresas* (4).

Don Diego de Saavedra era un importante e influyente diplomático «Del Consejo de Su Magestad en el Supremo de las Indias y su Embajador Plenipotenciario en los Treze Cantones, en la Dieta Imperial de Ratisbona...» Este dato es capital para comprender tanto *el porqué* como *el qué* de la obra que nos ocupa.

Como diplomático que había tenido amplios y frecuentes contactos con otras Cortes europeas, conocía la realidad política de otros países y príncipes. En segundo lugar, su vida viajera le había permitido conocer y leer los libros de emblemas, tan apreciados en ciertos medios intelectuales y cortesanos.

Sobre este último punto no cabe la menor duda: muchas máximas, motivos y dibujos se repiten en varios autores precedentes, con mayor o menor literalidad.

Por otro lado, Saavedra titula su libro con el nombre de 'empresas', no 'emblemas', lo cual parece situarlo un poco al margen de la tradición emblemática propiamente dicha. De hecho, sin embargo, el uso de uno u otro término dista mucho de estar claro entre los autores de emblemas.

Juan de Horozco, autor de los *Emblemas Morales* (1591), define el «emblema» como

«Es pintura que significa aviso de alguna o muchas figuras».

Y «empresa» como

«Son señales con que se diferencian los que las traen» (5).

Y ésta es la definición rigurosa de ambos términos desde un punto de vista histórico. Pero la realidad es que muchos autores usan una u otra palabra indistintamente en sus obras y comentarios. Desde un punto de vista estructural, tanto el emblema como la empresa constan de un lema o moto, un dibujo y un comentario explicativo. Lo cual los hace muy semejantes. Entre las diferencias más significativas está el hecho de que en la empresa el lema está inserto en el dibujo, mientras en los emblemas lo más frecuente es que ese mismo lema esté fuera del dibujo, sobre él. En cuanto al comentario explicativo, el del emblema es más corto, más literal y estre-

(4) Dos son las ediciones más conocidas y usadas: la de Mónaco, en 1640 y la de Milán, 1642. Ambas han servido de base a este trabajo, en las ediciones de Espasa Calpe y Editora Nacional, respectivamente. Más información en A. SÁNCHEZ (1977), pág. 137-148.

(5) *Emblemas morales*, Segovia, 1591, Lib. I, pp. 17-18.



chamente ligado al motivo pictórico. El comentario de la empresa suele ser un discurso más prolijo en donde la relación al dibujo permanece como un tema central pero sin que ello acote demasiado la libertad del autor para extenderse marginalmente en sus citas, erudición y enseñanzas didáctico-moralizadoras.

Dentro de esta descripción pueden incluirse bastantes libros de emblemas o empresas. Así las de Saavedra Fajardo, Villava, Juan de Borja. Pero a su lado se encontrarán algunas excepciones no menos notables, como es el caso de Solórzano, que en 1651 publicó en Valencia su libro *Emblematum Centum, regio-politica*, fuertemente inspirado en Saavedra, muy similar a él en la estructura, —especialmente en la longitud de los comentarios y su correlación con el dibujo— pero intitulado, no obstante, con la palabra *emblema*, no *empresa*.

Y por el contrario, las *Empresas Morales* de Juan de Borja (1581), apenas si ofrecen veinte líneas de comentario para cada una de ellas.

La elección y uso, pues, de una u otra voz como título del libro no es ni debe tomarse como muy significativa en la obra que aquí nos ocupa.

Tres son los componentes que inciden en la elaboración de la obra de Saavedra:

- Su profesión de diplomático.
- La tradición de los libros de emblemas en general, muy sólida ya en su época y de probada eficacia.
- La tradición erudita de los emblemas políticos (para enseñanzas de príncipes y reyes), dentro de la emblemática en general.

El segundo componente citado, lo hace explícito el mismo autor en la «Dedicatoria»:

«Propongo a vuestra Alteza la *Idea de un príncipe político-cristiano*, representada con el buril y con la pluma, para que por los ojos y por los oídos (instrumentos del saber) quede más informado el ánimo de vuestra alteza en la sciencia de reinar, y sirvan las figuras de materia artificiosas».

Con estas palabras el autor no hace sino refrendar la ya amplia práctica de sus antecesores en el mismo género. Concretamente, en 1618, J. Bruck Angermunt había publicado los *Emblemata Politica*, en los cuales se trata de todo aquello que interesa a los príncipes, según reza el título. Tanto Saavedra como Bruck recuerdan expresamente que estos libros eran leídos con interés por los príncipes, mientras, por otro lado, constataban el poco o escaso interés que prestaban a los libros meramente doctrinales, sin dibujos y menos amenos.



Resulta evidente que para estos autores los libros de emblemas son fundamentalmente ‘anzuelos’, atractivos señuelos para los dirigentes de las naciones, frecuentemente dados más a las espada y a la buena vida que a la sosegada lectura de máximas y doctrinas relativas a su profesión. Otro autor del mismo cariz, Solórzano, reconoce en el prólogo de su libro lo atractivo de los emblemas como medio de enseñanza. Tanto es así que él, sin ser diplomático y sin la experiencia que ese hecho acarrea, se atreve a hacer un libro para gobernantes sobre la base de su profusa y amplia erudición. Los resultados son ciertamente diferentes y fiel reflejo de la trayectoria de cada autor: frente a la soltura, claridad y sensatez de Saavedra se nos ofrece la erudición académica, el estilo conciso y entrecortado de Solórzano. Saavedra escribe como piensa, con cordialidad y calor humano. Solórzano parece dirigirse a los especialistas sobre el tema, a los diplomáticos que se forman en las aulas. Se trata de dos orientaciones en muchos puntos contrapuestas.

Valga este inciso para resaltar ya desde ahora algunas características de las empresas políticas de Saavedra en relación con obras posteriores también españolas.

Mirando hacia atrás, ¿hasta dónde llega la originalidad de nuestro autor?

García de Diego, en su bien documentado prólogo a la edición de las *Empresas* (Espasa Calpe, 1955), da un estudio detallado de los plagios o coincidencias —no se puede afirmar en todo momento si lo uno o lo otro— entre la obra de Saavedra y otros autores precedentes, siempre con referencia a los motivos emblemáticos. Este autor cita las empresas 3, 4, 9, 26, 27, 28, 34, 40, 41, 45, 47, 50, 58, 59, 67, 71, 74, 76, 77, 78, 81 y 89 —veintidós en total— para todas ellas encuentra paralelos de mayor o menor fuerza en otros libros de emblemas. Pero como el mismo García de Diego señala, este recuento no apura las coincidencias. Y así es, en efecto. Todavía se puede añadir que la empresa 5 de Saavedra es casi un doble del dibujo del emblema 31 en la obra de Sebastián de Covarrubias; la 17 encuentra su parecido en Daza (*Emblemas*, (traducción de Alciato al español), 1549) emblema 90 y Sebastián de Covarrubias, emblema 165; la 25 (nido de la cigüeña sobre la torre de una iglesia), es otro lugar común de Covarrubias. La 36 y 37 no solamente tienen un paralelo en Daza (88, 104), Covarrubias (232) y Alciato (*Emblematum Libellus*, París 1542) emblema XXXIII, sino que abunda en todos los autores de emblemas; la 51 (dos manos, una de ellas con un ojo dibujado) aparece en Covarrubias (142); la 62 (colmena con abejas) la encontramos en Daza (pág. 258); la 82, en Daza (99) y Alciato (XLV). En las *Empresas Morales*, de Juan de Borja (primera edición en Praga, 1581) aparecen los motivos de las empresas 17, 37, 56. Aparte de estos autores, ciertamente conocidos de Saavedra, otros temas como el de la campana (empresa 11), las águilas coronadas (empresa 22), el unicornio (empresa 38), el oso y la miel (empre-



sa 85), el león (empresa 99), el caballo (empresa 8), el reloj (empresa 57) y varias más, se encuentran en autores famosos como Reussner, Camerarius, Corrozet, Rollenhagen, Wither... Especialmente los franceses y holandeses habían sido, con toda probabilidad, leídos por Saavedra. El mismo Vaenius, prolijo y renombrado autor de libros de emblemas, apunta en su *Theatro Moral de toda la filosofía de los Antiguos y Modernos*, publicado en castellano en 1669 (basado en la obra original *Quinti Horati Flacci Emblemata...*, Amberes 1607) que su libro es «obra propia para enseñanza de Reyes y Príncipes» y que en el trabajo ha puesto todo su ánimo «en animarlas, y hazerlas (en alguna manera) hablar» (6).

Todo esto nos lleva a pensar que el grado de originalidad de Saavedra, en relación con sus empresas, consideradas desde el punto de vista emblemático, es realmente escaso. Conviene precisar que las coincidencias o plagios no son todos del mismo calibre: existen ejemplos de mera inspiración temática, frente a otros de abierta copia. El grado de dependencia de Saavedra fue, pues, muy alto. Pero este hecho, por sí solo, no debería disminuir en modo alguno la posible valía de nuestro autor. Es práctica común en casi todos los autores de libros de emblemas. Además, Saavedra Fajardo no se propone tanto hacer un libro de emblemas cuanto moralizar y enseñar a los gobernantes *valiéndose de un libro de emblemas*. Las *Empresas Morales* de Saavedra son una mera instrumentalización de la técnica emblemática. Al igual que hace Villalva, —otro instrumentalizador de los emblemas con fines homiléticos— el dibujo es realmente insignificante en relación con la extensión del comentario que le sigue. Lo que destaca no es el dibujo, sino el texto.

En la literatura emblemática se encuentran autores —aparte del iniciador del género, Alciato— que se proponen como objetivo la confección de libros de emblemas en cuanto tales, siguiendo los pasos del fundador y de quienes escribieron sobre *el qué* debían contener y *cómo* debían ser los emblemas. Este no es el caso de Saavedra, para quien los emblemas son más un medio que un fin. Además, la técnica emblemática no es en absoluto depurada. Ya vimos que los motivos son en su mayor parte plagiados o fuente de común inspiración por su alto grado de difusión en el ambiente.

Desde el punto de vista de los dibujos, los de la edición de Mónaco, 1640, son de buena calidad. La segunda impresión, de 1642, en Milán, contiene sin embargo otros dibujos, de una pobreza notable si los comparamos con los de la primera edición. El motto o lema, en latín, está contenido en el dibujo, en la parte alta, como es habitual en las empresas. La explicación, con comentario, del motivo pictórico

(6) SEBASTIÁN, Santiago, «Theatro moral de la vida humana, de Otto Vaenius. Lectura y significado de los emblemas», en *Boletín del Museo e Instituto «Camón Aznar»*, XIV-1983, pp. 7-93. El autor hace un estudio excelente de esta obra de Vaenius, además de ofrecer al lector la posibilidad de comprobar lo apuntado en la edición de todos los motivos pictóricos de la obra de este autor.



suele ser rápida y frecuentemente está diluída en el largo comentario, sin atenerse, desde luego, a los cánones de la técnica emblemática, que exigían primero una explicación o explicitación del dibujo, breve y concisa, para continuar luego, en claro paralelismo, con la lección moral, didáctica o de aplicación a la conducta humana, que derivaba en la explicación precedente.

Lo más frecuente en Saavedra es que empiece ya desde el principio apuntando la lección que pretende transmitir y haciendo luego una breve alusión al dibujo:

«Ningunos alquimistas mayores que los príncipes, pues dan valor a las cosas que no la tienen, solamente con proponellas por medio de la virtud. Inventaron los romanos las coronas murales, cívicas y navales, para que fuesen insignias gloriosas de las hazañas. En que tuvieron por tesorera a la misma naturaleza.» (*Empresa 23*).

Y lo más raro es que inicie el comentario explicando o aludiendo al dibujo, como hace en la empresa 25:

«Sobre las torres de los templos arma su nido la cigüeña, y con lo sagrado asegura su sucesión».

Pero, sin más respiro, pasa inmediatamente a aleccionar:

«El príncipe que sobre la piedra triangular de la Iglesia levantara su monarquía, la conservará firme y segura».

Precisamente este afán adoctrinador le lleva a reinterpretar motivos típicos de la emblemática de manera diferente o ligeramente diversa para que le puedan servir a sus propios objetivos. La empresa 37, cuyo dibujo representa un barco encallado a causa de la tempestad, motivo muy frecuente en los libros de emblemas (imagen del hombre que acaba mal sus días en esta vida por haberse comportado mal o haberse apartado de la ley divina), la clarifica Saavedra de manera bien diversa:

«Para no salir de la tempestad sin dejar en ella instruído al príncipe de todos los casos adonde puede traerle la fortuna adversa, representa esta empresa la elección del menor daño, cuando son inevitables los mayores».

Para añadir, sin embargo, a continuación, la misma interpretación que ya Sebastián de Covarrubias había hecho en su emblema 232.

Sujetarse a los cánones de la técnica emblemática no es tarea fácil ni sencilla. Y seguramente es, además, frustrante; es demasiado estrecha para contener el genio



de un autor. De ahí que los más valiosos autores dentro de la tradición de los emblemas, se hayan apartado substancialmente de tales cauces y hayan llegado a extremos como el de W. Blake, en Inglaterra, autor en el que la forma emblemática está prácticamente ausente, a pesar de que su obra contenga no pocas afinidades con los motivos literarios, didácticos y pictóricos de los emblemas.

Saavedra no está en ninguno de los extremos: ni se atiene totalmente a lo prescrito por la emblemática ni su genio le lleva a distanciarse de ella hasta desfigurarla del todo. Sencillamente, usa de los emblemas (empresas) sin preocuparse de las exigencias de este género y subordinándolo todo a su obsesión didáctica, para mejor y mayor aprovechamiento del Príncipe.

Sobre los contenidos de sus *Empresas* y sobre la valía literaria de sus comentarios, otros se pronunciarán en esta publicación. En relación con la tradición emblemática, sus *Empresas Políticas* no contienen elementos sobresalientes que permitan encomiar a su autor. Aunque, claro está, tampoco él lo pretendía.

