Signos visuales de identidad en el Siglo de Oro[1]

Sagrario López Poza
Universidade da Coruña

Una parte capital de nuestra cultura está basada en signos visuales de distinta naturaleza que transmiten información diferente de la que comunica el lenguaje puramente verbal. Esos signos se basan en códigos con poderosos efectos comunicativos, pero por ser su significado transmitido de manera oral principalmente, raras veces son sometidos a estudio; es un conocimiento que se da por sabido en su momento (por ello no es preciso explicarlo) pero que va convirtiéndose con el paso del tiempo en un magma cultural difícil de descifrar. Fruto de convenciones o sencillamente de asociaciones simbólicas procedentes del inconsciente colectivo, las distintas sociedades han producido códigos visuales para denotar o connotar nociones complejas y asociaciones conceptuales[2].

Mi intención es señalar algunos de los *Signos visuales de identidad en el Siglo de Oro* que convendría estudiar con más atención de la que hasta ahora les hemos prestado, para que nos ayuden a comprender mejor la producción cultural de los siglos XVI y XVII, principalmente la reflejada en la literatura o la pintura. En un momento en el que una media del 70% de los individuos eran analfabetos, las formas, figuras y colores que se percibían por medio de la vista tenían una importancia extraordinaria.

1. Este trabajo se inscribe en el proyecto de investigación y desarrollo tecnológico cofinanciado por el Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (I + D), Ministerio de Educación y Ciencia de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER): «Biblioteca Digital Siglo de Oro II: Relaciones de sucesos, Polianteas y fuentes de erudicion en la Edad Moderna (catalogacion, digitalizacion y difusion via Internet)», código: HUM2006-07410/FILO.

2. Me centraré en signos artificiales, creados con intención comunicativa, que no forman parte de un código (es decir, asistemáticos), que son percibidos por la vista y en los que existe una relación arbitraria que responde a convención (símbolos). Atenderé principalmente a códigos mixtos (que mezclan signos que pertenecen a distintos códigos). Aclaro que, según las convenciones actuales, conviene distinguir entre identidad e identificación. La identidad es aquello que –por los motivos que sea: policiales, económicos, políticos…– se nos quiere imponer; la identificación es aquello que necesitamos para poder vivir como personas y como miembros de grupos diversos.

Aunque no cabe duda de lo antiguo del fenómeno, la utilización consciente de los signos de identidad se desarrolla en Europa con la aparición de la sociedad burguesa, a partir del siglo XIV. El Renacimiento llegó a hacer un uso extraordinario y reflexivo del fenómeno, que se incrementa con la intensa vida social de las ciudades, cortes y palacios. La competencia y la conciencia de la importancia de la explotación de la imagen invita a la participación de profesionales en la creación de signos de identificación personal, familiar o corporativa que transmitan nociones de consideración, respeto, prestigio, honor para los señores que las encargan. Estos profesionales, equivalentes a nuestros diseñadores gráficos actuales, habían de tener una amplia cultura humanística, con buen conocimiento de los clásicos y de la cultura simbólica que obtuvo un gran desarrollo durante el último cuarto del siglo XV y la primera mitad del siglo XVI favorecida por círculos de intelectuales vinculados con frecuencia a las primeras oficinas de impresores de la categoría de Aldo Manucio (1449-1515), Sébastien Gryphe (c. 1492-1556), Christophe Plantin (c. 1520-1589), etc.

Para un estudio cabal de este asunto, considero que tendrían que abordarse tres bloques: uno dedicado a la identidad personal, otro a la identidad familiar (blasones) y otro a la identidad corporativa (insignias y atributos de corporaciones –civiles, religiosas o militares–).

Yo hoy me ocuparé solamente del primero de estos aspectos, y ni siquiera se explorará por completo, pues es un piélago demasiado extenso para barquilla tan pequeña. Consideraré en un primer bloque algunos signos de identidad personal impuestos por la sociedad a ciertas personas en los siglos XVI y XVII y en un segundo bloque los signos que algunos individuos elaboraban para distinguirse y comunicar mensajes simbólicos. Se hará mención también de algunos signos de identidad corporativa sólo como ejemplos que vengan al caso.

Signos de identidad personal involuntarios

Marcas que indican distinción negativa

La identidad tribal (los iguales y los adversarios)

La especie humana es la única que se comporta en función de símbolos, y hace uso de ellos para informar de manera rápida sobre quiénes son en un grupo los que pueden considerarse iguales y los que han de ser excluidos por distintos, por amenazantes. Esos códigos apelan directamente al inconsciente y actúan de manera poderosa, contribuyendo a la creación de estereotipos, imágenes mentales simplificadas acerca de un grupo de gente o una categoría que comparte algunas características. La creación de esos estereotipos no se guía por la razón, sino por las emociones y son de diferente naturaleza, aunque predominan las asociadas a la **raza y las costumbres sociales**. En la época de que nos ocupamos, algunas sociedades obligaban a llevar signos distintivos a algunos miembros de ellas para marcar la diferencia con el grupo dominante (esclavos, leprosos, condenados por la justicia, judíos,…). Eso obedece a la mente tribal que poseemos los humanos (como la ha denominado David Berreby) que tiende a clasificar a los demás en categorías y a juzgarlos en función de ellas, de forma que como él analiza en su libro *Us and Them*[3], un símbolo puede salvarnos la vida en un momento dado o condenarnos a muerte.

3. Berreby (2005).

La literatura y el arte reflejan con claridad esa mente tribal de que hablábamos, y han contribuido de manera definitiva a fijar los atributos de personajes estereotipados, que según la sociedad y la época han ido cambiando, aunque hay algunos que persisten de manera tenaz en nuestros días, pese a que se olvide su procedencia y significación primigenia.

Por ejemplo, la asociación del cabello rojo a lo lividinoso y sexual, o lo malvado. La razón se deriva de que las rameras solían teñirse el pelo con henna, que producía un color rojizo. Podemos verlo ya en miniaturas medievales que caracterizan así a la gran ramera del *Apocalipsis* de San Juan, con una gran melena roja, y son muchísimos los cuadros que representan al vicio, a alguna divinidad profana ligada al amor venéreo o a prostitutas ostentando cabelleras pelirrojas, como en el hermoso lienzo de Paris Bordone: *Venus, Marte y Cupido*, de 1560, en que Venus está representada como una prostituta, con nacarada piel y rojos cabellos. La asociación simbólica se sigue usando en nuestros días, como hubo ocasión de ver en el controvertido anuncio publicitario del perfume Opium, de Yves Saint-Laurent (prohibido en algunos países, como Italia), en que la protagonista, paradigma de la lujuria, es pelirroja[4].

La condición maliciosa de los pelirrojos está asociada también con la creencia popular de que de este color era el pelo de Judas, que vendió a Cristo por treinta monedas de plata. La base de ello es que, para distinguirlo en los cuadros donde aparecían los otros apóstoles, se le señalaba con el cabello rojo, como se ve en muchas representaciones pictóricas de la *Última cena*.

Las caricaturas literarias aprovechan esa asociación simbólica para pintar los caracteres malvados o poco recomendables como pelirrojos. Por ejemplo, la prosopografía del avaro Dómine Cabra, de *El Buscón* de Quevedo, nos lo muestra así:

> Determinó, pues, don Alonso de poner a su hijo en pupilaje […]. Supo que había en Segovia un licenciado Cabra, que tenía por oficio el criar hijos de caballeros, y envió allá el suyo, y a mí para que le acompañase y sirviese.
>
> Entramos, primer domingo después de Cuaresma, en poder de la hambre viva, porque tal laceria no admite encarecimiento. Él era un clérigo cerbatana, largo solo en el talle, una cabeza pequeña, **pelo bermejo** (no hay más que decir para quien sabe el refrán).

Quevedo se refiere al refrán: *Ni perro ni gato de aquella color*, que hace referencia a la condición maliciosa de los pelirrojos en el sentido que ya hemos dicho. Y lo mismo manifiesta en el soneto en que alude a Judas:

> *A Judas Iscariotes, ladrón no de poquito*
> ¿Quién es el de las botas, que, colgado,
> es arracada vil de aquel garrote?
> Es Judas, el apóstol Iscariote.
> Habéis los portugueses despenado.

4. Lamento no poder insertar la gran cantidad de imágenes que proyecté durante la presentación oral de la ponencia, pero son excesivas para una presentación escrita.

Bien está lo bermejo a lo ahorcado
¿No es éste el de los pobres y el del bote?
Este fue despensero y sacerdote,
y presidió en la hacienda interesado.
Para los pobres dijo que quería
vender el bote, y darles el dinero;
¿Y entre los cinco mil no hurtó aquel día?
Fue Judas gran ministro, no ratero,
las migajas dejó, porque atendía
a embolsarse su dueño todo entero[5].

En su *Libro de los proverbios glosados*, Sebastián de Horozco también se hace eco hacia 1570 de esa convención social al glosar el dicho:

> **134 Guárdeos Dios de toscano roxo. Y de lombardo negro y de romanolo de todo pelo.**
> Este vulgar es de Ytalia. Y el Dante en su obra, *Del Infierno*, en el canto trigéssimo terçio de la primera cántica pone a los de Romaña por gente perversa […]. De manera que el toscano de pelo roxo y el lombardo de pelo negro son allá sospechosos de malos y falsos como acá los del pelo bermejo por quien acá dezimos en un refrán, «Bermejo mala carne, peor pellejo.» Y por otro refrán, «De tal pelo ni gato ni perro»[6]

Lo mismo refleja el *Vocabulario de refranes y frases proverbiales* de Gonzalo Correas (1627):

> - Si el grande fuese valiente, i el pekeño paziente, i el bermexo leal, todo el mundo sería igual
> - Pelo bermexo, mala karne i peor pellexo[7]

Un epigrama de Marcial es citado con frecuencia como autoridad para apoyar el concepto. Así, por ejemplo, Covarrubias en su *Tesoro* dice:

> son tenidos los bermejos por cautelosos y astutos, como lo insinúa Marcial en un epigrama in *Zoilum*:
> *Crine ruber, niger ore, brevis pede, lumine laesus*
> *Rem magnam praestas Zoile si bonus es.*

A este mismo epigrama de Marcial remiten Juan de Pineda en sus *Diálogos familiares de la agricultura cristiana* (1589)[8] y Bartolomé Jiménez Patón en sus *Discursos de los tvfos, copetes y calvas* (1639)[9].

5. Francisco de Quevedo, *El Parnaso español*…, Musa VI, Talía
6. Sebastián de Horozco, *Libro de los proverbios glosados*, ed. de Jack Weiner, Reichenberger (Kassel), 1994, pp. Página 172-173.
7. Gonzalo Correas (1627), *Vocabulario de refranes y frases proverbiales*, ed. de Louis Combet, Institut d'Études Ibériques et Ibéro-Américaines de l'Université de Bordeaux (Burdeos), 1967.
8. «Pánfilo.- Marcial picó sangrienta y graciosamente (como suele) a Zoilo, diciéndole ser de cabello bermejo y de cara hosca y pies pequeños y tuerto de un ojo, y que, si con tales muestras él fuese bueno, haría una cosa grande» (Juan de Pineda, *Diálogos familiares de la agricultura cristiana*, ed. de Juan Meseguer Fernández, Atlas (Madrid), 1963 – 1964).
9. «Aunque algunos son muy fuertes como lo da a entender Marcial, libro 12, epig 54: El cabello colorado l tiñes y el rostro moreno l pie pequeño y bien sacado l en la vista señalado l mucho hazes si eres bueno.l Fue

En piezas de teatro de nuestro Siglo de Oro, en ocasiones se alude al color del cabello del malvado, pero con más frecuencia, ni siquiera se indica en los diálogos ni en las acotaciones, por obvio. Era algo que todos sabían, y no precisaba explicitarse, pero para quien se ocupa hoy de una representación de una obra del Siglo de Oro, es una consideración que se ha de tener en cuenta si se desea un acercamiento a cómo se caracterizaba a los personajes en la época.

La indumentaria

En la sociedad globalizada de nuestros días se hace difícil comprender cómo hasta hace muy poco tiempo, la vestimenta era determinante para indicar procedencia geográfica y categoría social. Nunca, como hoy, se podía concebir que vistieran igual personas muy ricas y muy pobres. El fenómeno del vaquero raído y las camisetas de algodón como atuendo-uniforme de una enorme diversidad de gente es algo completamente nuevo y digno de estudio como manifestación social del siglo XX. Pero en los siglos que nos ocupan, en que la sociedad estaba muy rígidamente estratificada de modo estamental, el coste de la ropa era tan elevado, que vemos en los testamentos cómo unas simples medias usadas son dejadas en herencia, cómo una pieza de paño se usaba primero por un lado y luego, cuando el pelo procedente del cardado estaba ya raído, se le daba la vuelta, hasta que, de tan usada la prenda, el paño se convertía en algo liso y brillante, lo que permite a Quevedo satirizar sobre la sotana del dómine Cabra:

> La sotana, según decían algunos, era milagrosa, porque no se sabía de qué color era. Unos, viéndola tan sin pelo, la tenían por de cuero de rana; otros decían que era ilusión; desde cerca parecía negra, y desde lejos entre azul[10].

Las relaciones de sucesos de fiestas dedican espacios que hoy nos parecen desproporcionados a la descripción del atuendo que llevaban nobles, oficiales artesanos, criados, etc… y es que la indumentaria era un capítulo de gastos descomunal. Sólo los muy ricos podían permitirse adquirir ciertos tipos de tela o pagar a modistas y sastres la confección de la ropa, o comprar los complementos (sombreros, joyas, zapatos…). Conseguir muchos metros de tela igual para confeccionar libreas para desfilar en cuadrillas en las *mascaras* era un verdadero esfuerzo que señalan con admiración los autores de las relaciones. La literatura nos deja testimonios abundantes de ello, así como las artes plásticas.

Hacia la mitad del siglo XVI, el pobre Lázaro de Tormes, para poder comprar un jubón, un sayo y una capa raídos de viejos, tuvo que trabajar cuatro años de aguador en Toledo. Él lo considera un éxito, pues pensaba que eso le daba apariencia de «hombre de bien». La vertimenta, indicaba, sin lugar a dudas, la clase social y poder adquisitivo de quien la llevaba:

---

dezir: 'señales tienes de inclinación depravada si vences esta mala propensión será grande azaña como lo es el vencerse el ombre a sí mismo.' (Bartolomé Jiménez Patón, *Discursos de los tvfos, copetes y calvas*, ed. de Abraham Madroñal, Real Academia Española (Madrid), 2003, cap. 5.

10. Francisco de Quevedo y Villegas, *La vida del Buscón llamado don Pablos*, ed. de Fernando Lázaro Carreter, Universidad de Salamanca (Salamanca), 1980, p. 33.

> **Tractado sexto. Cómo Lázaro se asentó con un capellán, y lo que con él pasó**
> […] Fueme tan bien en el oficio que, al cabo de cuatro años que lo usé, con poner en la ganancia buen recaudo, ahorré para me vestir muy honradamente de la ropa vieja, de la cual compré un jubón de fustán viejo y un sayo raído de manga tranzada y puerta, y una capa que había sido frisada, y una espada de las viejas primeras de Cuéllar. **Desque me vi en hábito de hombre de bien**, dije a mi amo se tomase su asno, que no quería más seguir aquel oficio[11].

Unos signos de ostentación eran voluntarios (y podríamos decir que hasta propagandísticos) pero otros, sencillamente venían marcados por una tradición regional, local o cultural, como los que nos muestra la indumentaria que a menudo podemos ver en hermosos mapas orlados de los siglos XVI y XVII, como la *Nova et accurata Tabula Hispaniae*, de Klaes Jansz Visscher, producido en Amsterdam, 1623. Es un grabado calcográfico coloreado a la aguada, y muestra el atuendo de distintos habitantes de los dominios hispanos, señalando los que son más diferentes de lo habitual: vizcaínos, lusitanos, moros granadinos[12].

En la literatura de la época, en Relaciones de sucesos, en cuadros y grabados, podemos observar esos signos ligados a la identidad de personas sin que los que los llevan puedan hacer gran cosa para cambiarlos.

También mediante la vestimenta se transmitía información sobre el **estado civil**:

- doncellas –con el pelo suelto y sin cubrir–,
- dueñas –con el cabello cubierto–,
- viudas –de por vida condenadas a vestir de negro y con traje distintivo.

Otros signos denotan la imposición de un grupo dominante que margina y señala al diferente, avisa de su condición al resto de la sociedad y prepara a sus semejantes a precaución con ciertos individuos que pueden resultar amenazantes.

Así encontramos a los marcados por enfermedades consideradas inmundas, como los leprosos, marginados desde la antigüedad[13], obligados a llevar y hacer sonar unas tablillas (llamadas de San Lázaro) para ir avisando de su presencia y dar tiempo a la gente a huir de ellos. En algún lugar también se usaron campanillas. Además vestían ropas especiales y debían ir con la cabeza cubierta y la boca tapada para evitar el «fedor de su respiramiento malo» (Alfonso X). Es bien conocida la miniatura de un manuscrito del siglo XIV que muestra al rey Balduino IV de Jerusalén, *el leproso* (del siglo XII), que con sólo 20 años, víctima de la lepra, presentaba graves secuelas físicas, con la cara desfigurada, prácticamente ciego y con piernas y manos mutiladas. Ocultaba su horrible aspecto con una máscara de plata y lo representan con una campana para anunciar su presencia (figura 1).

---

11. *Lazarillo de Tormes*, ed. de Francisco Rico, Cátedra (Madrid), 1994, p. 126-127.
12. Procedente de una colección particular, se expuso en abril de 2007 en Huesca, en la exposición sobre Lastanosa, el patrón de Gracián. Ver catálogo *Vincencio Juan de Lastanosa* (1607-1681). *La pasión de saber, Huesca, Instituto de Estudios Altoaragoneses*, 2007, pp. 336-337.
13. En el cap. 13,45-46 del Levítico (*Ley acerca de la lepra*): «El leproso, manchado de lepra, llevará rasgadas sus vestiduras, desnuda la cabeza, y cubrirá su barba, e irá clamando: «¡Inmundo, inmundo!». Todo el tiempo que le dure la lepra será inmundo. Es impuro, y habitará solo; fuera del campamento tendrá su morada».

En otra imagen vemos un leproso con las tablillas de San Lázaro (figura 2) que hacían sonar para anunciar su presencia, y un detalle de unas tablillas del siglo XVII (figura 3).

Figura 1: Manuscrito **Lansdowne 451 (f. 127, detalle). Pontificial del primer cuarto del siglo XV. British Museum - Gran Bretaña.**

Figura 2: Speculum historiale (BNF Fr. 50, fol. 220v), 1463.

Figura 3: Tablillas de leproso, siglo XVII, Inglaterra. Science Museum de Londres.

El Fuero de Navarra, en 1530, indicaba en su Título XI, cap. 1:
De los que se tornan gafos[14], que son mesillos. Capítulo 1.

> Cómo los mesillos, leprosos y agotes no deben vivir dentro de un lugar juntamente con los sanos y limpios.
>
> Qualquiera persona que se tornare o fuere gafo, o mesillo, o leproso, no debe vivir con los otros vezinos dentro en aquella villa, antes debe ir a las casas que llaman gaferias o malamias, y vivan en ellas. Y si no quisieren ir diçiendo que el tiene heredad y quiere vivir en lo suyo o con lo suyo, los vezinos haganle casa fuera de las heras de aquel lugar o villa donde los vezinos tuvieren por bien, y el dicho gafo, mesillo o leproso demande limosna fuera de las puertas y de los corrales, y **ande**

14. El gafo es un enfermo de cierto género de lepra muy malo, el cual ultra de la pudrición y corrupción que causa en el cuerpo, royendo el cuero y las carnes, encoge los niervos de manos y pies; y particularmente les llamamos gafos a los tales enfermos por encorvárseles los dedos de las manos, como a las aves de rapiña […] Entre los leprosos, el gafo debía ser el más asqueroso y horrible a la vista, y este y los demás eran arredrados del trato y consorcio de los sanos en el pueblo de Dios; y así caminando por el desierto andaban fuera de los reales. Y después que habitaron en la tierra de promisión, no les consentían entrar en poblado. […] (Covarrubias, *Tesoro*, s.v. gafo).

> **con sus tablas sonando aquellas por las villas y lugares por donde anduvieren**, y no tenga conversacion ni solaz con los niños ni con los otros vezinos[15].

Todavía Covarrubias, en su *Tesoro de la lengua castellana o española* (1611), al explicar la voz *gafo* indica:

> Con estos ejemplos y con los demás quedó esta plaga infamada, y los tocados della sospechosos de no sana conciencia; aunque sería temeridad afirmarlo, haciendo regla general, pues el santo Job lo sanea, que siendo justo, le quiso el Señor tentar, permitiendo fuese tan asquerosamente llagado. […] **Una cosa he notado, y pocos la deben haber advertido, que ultra de estar los hospitales de San Antón y San Lázaro fuera de los lugares, los que piden para ellos** no demandan la limosna a voces, como los demás pobres, sino que el uno pide **tocando una campanilla y el otro unas tabletas**, teniendo consideración con que siendo estos como siervos de aquellos hospitales, que han curado y sanado en ellos, los dedican a este ministerio; y porque con la voz podrían alterar y contaminar el aire no les permiten dar voces, sino tan solamente hacer señal con aquellos dos instrumentos diputados para ello y conocidos de todos.

Marcas en la piel

Algunos de los signos de identificación se marcaban incluso en la piel, como sucedía con los esclavos, especialmente los que habían intentado escapar de su dueño. Nos sorprendería saber el número tan elevado de esclavos que existía en España y sus dominios en los siglos XVI y XVII[16]. Si paseáramos por las calles de Sevilla, por ejemplo, no debería extrañarnos ver a algunos individuos con marcas en el rostro, en los carrillos unas veces, en la frente otras, que indicaban su condición de esclavos para lograr identificarlos si lograban escapar. Llegaban a la Península Ibérica por vía marítima en naves portuguesas. Las marcas podían ser como las que les hacen los herreros a los animales con hierros candentes, o pintadas. Se conservan algunas de las marcas usadas por los comerciantes de esclavos halladas, como las que mostramos (figura 4), en documentos notariales de Lima. Destaca la primera, que se asemeja al signo dólar y que simboliza una S y un clavo, para denotar ES-CLAVO, de lo que se hace eco Covarrubias en su *Tesoro de la Lengua castellana o española*, publicada en 1611:

> **ESCLAVO**. El siervo, el cautivo. Algunos quieren se haya dicho del hierro que les ponen a los fugitivos y díscolos en ambos carrillos, de la **S** y del **clavo**; pero yo entiendo ser dos letras **S** y **I**, que parece clavo, y cada una es iniciativa de dicción, y vale tanto, como **sine iure**; porque el esclavo no es suyo, sino de su señor, y así le es prohibido cualquier acto libre. […] Los que introdujeron el **herrar los esclavos en la cara o frente**, fueron los samios, que trayendo por armas una nave, **la estamparon en las frentes** de los atenienses que habían vencido y cau-

15. *Fuero reducido de Navarra*, edición de J. Sánchez Bello; M. Galán Lorda; C. Saralegui; I. Ostoloza, Gobierno de Navarra (Pamplona), 1989. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Banco de datos (CREA) [en línea]. Corpus de referencia del español actual. <http://www.rae.es> [05/05/2008].

16. Como es sabido, la demanda de mano de obra en los territorios americanos a partir de 1515-1517 incitó a la busqueda y captura de esclavos negros, lo que aprovecharon algunos despiadados para formar compañías mercantiles entre genoveses, portugueses y castellanos que se encargaban de este tráfico tan lucrativo como alejado de los valores cristianos. Este inconfesable comercio, que enriqueció a algunos, se realizaba a través de terceros que no tuvieran empacho en manifestar públicamente su negocio.

> tivado, pero trocándose la suerte, y viniendo ellos a poder de los atenienses, les señalaron ni más ni menos con la lechuza, insignia de Atenas. […] Después de los samios y atenienses, usaron otras naciones herrar los esclavos, especialmente cuando eran fugitivos y les **ponían las señales en la frente**; como lo notó Marcial en un liberto muy entonado y puesto en sublime lugar, que traía apretada la frente con una cinta fingiendo tener dolores de cabeza.
>
> Y ultra desta señal **les cortaban el artejo de los dedos pulgares de los pies**; porque con esto no podían caminar mucho, aunque quedaban hábiles para los servicios ordinarios […]

Un ejemplo de la marca de esclavo la tenemos tallada en la piedra de las jambas de una puerta de la capilla de la Congregación del Santísimo Cristo, de la Real Iglesia de San Ginés, en Madrid, que tiene entrada independiente por la calle de Bordadores (casi esquina a la calle del Arenal). Representa una S y un clavo, en alusión a la cofradía de los *Esclavos del Santo Cristo de San Ginés* (figura 5), que fue tan importante en el Madrid de los Austrias.

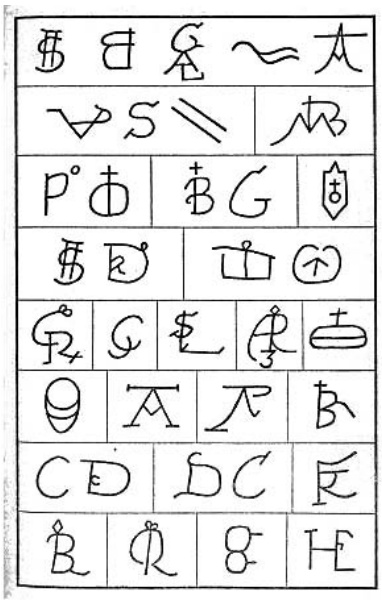

Figura 4: Marcas usadas para esclavos halladas en documentos notariales en Lima.

Figura 5: Marca en la entrada a la capilla de los Esclavos del Sto. Cristo de San Ginés. Madrid.

Es frecuente encontrar en textos de la época «herrado el rostro con una s y un clabo», como en estos:

> 1598. Octubre, 7. Carta de horro y libertad de esclavo a cambio del cual se redime del cautiverio al sardo Francisco Pillera
>
> (Archivo Histórico de Protocolos. Madrid, Protocolo núm. 1.643, fol. 68.)
>
> In Dey nómine amén. Sepan quantos esta carta de horro y libertad vieren como yo, el maestro fray Pedro de Oña, provincial de la horden e religión de Ntra. Sra. de la Merced de redenpción de cactibos en esta provincia de Castilla, digo: que por quanto yo tengo por mi esclabo Abrahín, moro de nación, natural de la ciudad de Argel, que **es un moço blanco y está herrado en el rostro** y será de veinte e vn años poco más o menos, el qual ove y compré de Antonio de Saabedra vezino desta villa de Madrid de yuso scripto, a diez y seis días del mes de abril deste presente año de mill e quinientos y noventa y ocho.

La realidad se recogía también en la literatura de entretenimiento de la época, como en *El bandolero*, de Tirso de Molina:

> Yo soy vuestro prisionero y sin esperanza de rescate, porque no pienso salir de estas paredes, **menos que con la marca en el rostro de esclavo vuestro**, cuando mis pocos méritos no consigan el de vuestro hijo. Saurina, mi señora, ha de ser, sirviéndoos vos de verme vivo, bisagra de diamante que, con la sangre, eslabone perpetuas nuestras almas; ha de ser, en efecto, cándida paloma que, coronada de oliva, símbolo la veneren nuestras paces[17].

En ocasiones se alude a la marca DSA (que significaba «De Sevilla») para señalar el rostro, según indican los documentos. En otras ocasiones, llevaban marcadas las iniciales del nombre de su dueño, como aparece en escrituras de compraventa:

> *«herrado en el rostro tiene un renglon que dice Gregorio Serrano Villas cuyo era el esclabo vecino de la villa de Osuna...»,*
> *«herrado en los carrillos con un letrero que dice al mirantazgo y en la frente yerro de la corona...»,*
> *«herrado en las cejas y la cara con dos letreros que dicen ser de Sevilla...»*

Esta era una práctica, desde luego, más ligada al castigo que al uso común, y se efectuaba más con esclavos blancos, moros y moriscos que con los negros, pues aquéllos estaban más predispuestos a arriesgarse a la fuga. Estas señales constituían, pues, las señas de identidad de un esclavo que lo marcaban para toda la vida[18].

Los condenados por justicia

También se distinguían los condenados por la justicia, muy en especial los condenados por la Inquisición. Una de las mejores explicaciones que hallamos al respecto procede del Padre jesuita Juan de Mariana (1536-1623), cuando comenta que el Santo Oficio de la Inquisición se instituyó en Castilla

> ... por andar moros y judíos mezclados con los cristianos en todo género de conversación y trato, muchas cosas andaban en el reino estragadas. Era forzoso con aquella libertad que algunos cristianos quedasen inficionados; muchos más, dejada la religión cristiana que de su voluntad abrazaban convertidos del judaísmo, de nuevo apostaban y se tornaban a su antigua superstición, daño que en Sevilla más que en otra parte prevaleció; así, en aquella ciudad primeramente se hicieron pesquisas secretas y penaron gravemente a los que hallaron culpados. Si los delitos eran de mayor cantía, después de estar largo tiempo presos y después atormentados, los quemaban. Si ligeros, penaban a los culpados con afrenta perpetua de toda su familia. A no pocos confiscaron sus bienes y los condenaron a cárcel perpetua; **a los más echaban un sambenito, que es a manera de escapula-**

17. Tirso de Molina (Fray Gabriel Téllez), *El bandolero* [c 1632]. Ed de Manuel Arroyo Stephens, Madrid, Turner, 1994.
18. Ver «El mercado de esclavos en la Sevilla de la primera mitad del siglo XVII», María del Rosario Santos Cabota; colaboración en «La antigua hermandad de los negros de Sevilla», Isidoro Moreno, «La esclavitud en Sevilla y su tierra a fines de la Edad Media», Alfonso Franco Silva; Diputacion Provincial de Sevilla 1979. «El 'Tablero de ajedrez' sevillano: bautizos y matrimonios de esclavos», Juan Manuel de Cires Ordóñez y Pedro E. García Ballesteros; colaboración en «La antigua hermandad de los negros de Sevilla», Isidoro Moreno.

rio[19] **de color amarillo con una cruz roja a manera de aspa, para que entre los demás anduviessen señalados y que fuese aviso que espantase y escarmentase por la grandeza del castigo y de la afrenta, traza que la experiencia ha mostrado ser muy saludable, maguer que al principio pareció muy pesada a los naturales.** Lo que sobre todo extrañaban era que los hijos pagasen por los delitos de los padres, que no se supiese ni manifestase el que acusaba, ni le confrontasen con el reo ni hobiese publicación de testigos, todo contrario a lo que de antiguo se acostumbraba en los otros tribunales (P. Juan de Mariana, 1600).

Figura 6: Dibujo de Goya de un reo con el Sambenito

Figura 7: Sambenitos del Museo Diocesano de Tuy (Pontevedra).

No puede concentrarse en tan poco espacio el ambiente de terror que causó la Inquisición, para lo cual bastaba hacer desfilar con *Sambenito* a los culpados, exponerlos al escarnio público[20]. Los diferentes modelos de *sambenitos* indicanban el grado de gravedad de la falta en que había incurrido el reo (figura 6). Asimismo, otro tipo de *sambenito* se comenzó a usar por decreto de Felipe II, que no era para llevar como atuendo. Eran unas telas que se colgaban en las parroquias con los nombres y datos de los sentenciados por herejes, para escarnio de los reos, familiares y descendientes. La expresión «colgarle a alguien el sambenito» procede de esta variedad de marca de señalamiento personal, que suponía un estigma para las familias, durante generaciones, por la sentencia herética imputada a uno de sus miembros, que podía haber estado ausente y aun así, haber sido juzgado y condenado. Muestras excepcionales –al parecer, únicas en España– de estos «sambenitos» podemos verlas en el Museo Diocesano de Tuy (Pontevedra)[21] (figura 7).

19. Escapulario: una como estola muy ancha, que pende por delante y por detrás, y en medio tiene una abertura en redondo capaz para que por ella pueda entrar la cabeza, y desta forma son los escapularios que visten muchos religiosos: como Dominicos, Mercedarios, Carmelitas, Trinatarios, etc. (*Diccionario de Autoridades*).
20. El término *sambenito* deriva de *saco-bendito*, o hábito penitencial con el que los primeros cristianos esperaban la absolución de sus pecados y la readmisión en el seno de la comunidad. La Inquisición lo empleó, junto con la coroza o gorro cónico, para señalar a los que eran convocados ante el tribual de la Inquisición, o a los sentenciados por ella.
21. Ver Casás Otero (2004).

Castas o religiones diferentes

Es bien conocido que los judíos fueron obligados en muchos países a distinguirse en su vestimenta de los demás (un gorro amarillo fue bastante común en la época de que hablamos, por ejemplo en los estados pontificios –Roma, Bolonia, Ferrara– o en Centroeuropa), o bien un círculo de tela que había de ponerse a la altura del pecho en la ropa exterior; una especie de escarapela o marca en el pecho (figura 8).

Figura 8: Markus zum Lamm, judío de Worms, 1551-1600. Hessische Landes- und Hochschulbibliothek, Darmstadt.

Marcas que indican distinción positiva

Así como se distinguía a los miembros de la sociedad que no se ajustaban a las convenciones predominantes, también tiene una larga tradición histórica la distinción de eminencia, que naturalmente tuvo en el Siglo de Oro mucha presencia e importancia.

Insignias reales

De los atributos para identificación de personajes especiales (reyes, santos, dioses paganos) ya he dicho que no puedo permitirme hablar en tan poco tiempo, pero sí que señalaré los rasgos que identifican a un rey desde la Antigüedad por una serie de signos que persisten a través del tiempo. Los explica muy bien un manuscrito de la obra de Francisco de Monzón *Libro segundo del espejo del perfecto príncipe cristiano*:

> Está vestido el rey desta *ropa roçagante de carmesí*, bordada de oro y perlas, para significar que conviene al rey tener adornado su ánimo de preciosas virtudes. Tiene una *esfera en la mano* para denotar que en el príncipe está toda la gobernación del reino y que por su mandamiento se ha de volver y revolver toda la república de grandes y pequeños. Tiene este *sceptro real en la mano* para significarle que la justicia ha de estar siempre tan derecha que por ningún amor, odio ni interesse se tuerça. Está *asentado en este trono real* que le representa que la

> misericordia y la clemencia son el fundamento sobre que se ha de fundar el rey si quiere tener firme y que no sea destruido su reino[22] .

Hemos visto esta estampa tantas veces, que sigue resultando fácil identificar por sus atributos una imagen de un rey, aun en nuestros días. Tal vez lo que a los jóvenes estudiantes de hoy puede sorprender es que la ropa rozagante[23] de que habla Monzón haya de ser «carmesí», color purpúreo con que se teñía la seda o el paño para vestimentas suntuosas. Desde la Antigüedad el color que hoy llamamos rojo era reservado a los ropajes de las Sacerdotisas y el manto de las estatuas de Diosas. Vestir con ese color denotaba posesión de un alto estatus, pues se necesitaban 10.000 moluscos múrices, de donde se extraía la púrpura, para obtener tan sólo un gramo de sustancia con la que se teñía la tela. Era tan cara una pieza de tela teñida de ese color, que sólo los muy ricos podían permitirse ese lujo, particularmente reyes y altos sacerdotes (el papa, cardenales…). En los siglos XVI y XVII ya se podía usar un sustituto, la *grana cochinilla*, que se comenzó a cultivar en Oaxaca (México), y que procedía de un insecto (*Dactylopius coccus*) parásito del nopal. Del cuerpo desecado de la cochinilla hembra se obtiene el ácido cármico, colorante rojo. Cuando llegaron los españoles a Nueva España (México), pronto se inició su comercialización hacia Europa, donde fue muy apreciado el tinte en las cortes por reyes y grandes señores. Los barcos salían del puerto de Veracruz hacia Europa entrando por España, y de ahí a distintos destinos; la grana llegaba a Rusia y hasta a la misma Persia. Junto con el oro y la plata, la grana cochinilla formaba parte de los principales productos de exportación de la Nueva España, e hizo ricos a muchos avispados comerciantes.

Tenía tanta importancia la identificación mediante los signos de realeza, que Francisco de Monzón, en la obra citada, dedica el capítulo VI a tratar «Cómo los reyes antiguos acostumbraron a traer insignias reales y devisas demostrando la magestad real de sus personas», donde aporta numerosos detalles y ejemplos, en parte inspirados en el capítulo 28 del libro I de *Genialium Dierum* Libri sex, de Alejandro de Alejandro «*Quod Regium Diadema, tam apud Romanos, quam apud exteras nationes, gentesque fueris et quae insignia*».

Las coronas fueron siempre símbolo de dignidad y soberanía, y no las usaron los nobles hasta que algunos reyes de estados europeos, como gratificación por servicios prestados, concedieron a algunos miembros de la nobleza el derecho a usarlas según su clase. Sin embargo, llegó a abusarse tanto de esta gracia, que Felipe II se vio obligado a publicar la *Real cédula de 8 de octubre de 1586*, por la que se mandaba que «ninguna ni algunas personas puedan poner coroneles en los escudos de armas de los sellos y reposteros, exceptuando a los duques, marqueses y condes que pueden ponerlos en la forma que les tocan tan solamente y no de otra manera».

---

22. *Libro segundo del espejo del perfecto príncipe cristiano* de Francisco de Monzón, Cap. XVIII. Manuscrito conservado en el Arquivo Nacional da Torre do Tombo, Lisboa (Ms. de Livraría 618), ahora editado por Carlota Fernández Travieso como tesis doctoral en la Universidade da Coruña (2009).
23. Vestidura vistosa y muy larga. Metafóricamente, vistosa, ufana, arrogante. (*Cov.*)

Insignias distintivas de merecimiento

Premios, galardones, insignias que indicaban distinción por especiales merecimientos o servicios prestados a la corona, eran anhelados por cortesanos, nobles, y sobre todo por los hidalgos sin fortuna. Saavedra Fajardo reflexiona sobre ello en su empresa 23:

> 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, que les daba la grama, las palmas y el laurel, con que sin costa las compusiesen. No bastarían los erarios a premiar servicios si no se hubiese hallado esta invención política de las coronas, las cuales dadas en señal del valor, se estimaban más que la plata y el oro, ofreciéndose los soldados por merecellas a los trabajos y peligros. Con el mismo intento los reyes de España fundaron las *Religiones militares*, cuyos hábitos no solamente señalasen la nobleza, sino también la virtud. Y así se debe cuidar mucho de conservar la estimación de tales premios, distribuyéndolos con gran atención a los méritos, porque en tanto se aprecian, en cuanto son marcas de la nobleza y del valor […] En el hábito de Santiago (cuerpo desta empresa) se representan las calidades que se han de considerar antes de dar semejantes insignias, porque está sobre una concha, hija del mar, nacida entre sus olas y hecha a los trabajos, en cuyo cándido seno resplandece la perla, símbolo de la virtud por su pureza y por ser concebida del rocío del cielo[24].

Este tipo de insignias de distinción son más propias de la identidad corporativa, de la que, como he avisado, no tengo tiempo de hablar en este momento, pero no quiero dejar de señalar con cuánto orgullo se hicieron retratar algunos de nuestros mejores escritores del Siglo de Oro cuando consiguieron ser nombrados caballeros de alguna de las órdenes militares. Citaré algunos ejemplos, entre otros muchos:

– Lope de Vega, en retrato atribuido a Eugenio Caxés conservado en el Museo Lázaro Galdiano, con la Cruz de la Orden de los Caballeros de San Juan, Orden Militar de Malta. En 1627, el papa Urbano VIII le otorgó el título de Doctor en Teología por el *Collegium Sapientiae* y le concede el hábito de la Orden de San Juan (lo comunica al Gran Maestre de Malta para que lo confirme). El hábito implica el título honorífico de Frey.

– Francisco de Quevedo, como caballero de la Orden de Santiago, en los bien conocidos retratos de Francisco Pacheco y Velázquez.

– Diego Saavedra Fajardo, como caballero de la Orden de Santiago, en la estampa más conocida, anónima (BNE IH/8302/2 fondo reservado Sala Goya) o en otras grabados de Fernando Selma (BNE Sala Goya, IH/8302/4; otro de Juan Serra (BNE IH/8302/4 Sala Goya).

– Pedro Calderón de la Barca, como caballero de Santiago, en el grabado inserto en la obra de Gaspar Agustín de Lara: *Obelisco Fvnebre, Pyramide Fvnesto que construia a la Inmortal memoria de D. Pedro Calderon de la Barca*, ... En Madrid: por Eugenio Rodriguez, 1684.

24. Diego Saavedra Fajardo, *Empresas políticas*, empresa 23. En edición de Sagrario López Poza, Madrid, Cátedra, 1999, p. 379 y sig.

Signos de identidad persoal voluntarios

Las empresas o divisas

Hasta aquí hemos pasado una rápida revista a distinciones o marcas de identidad en que el el individuo que las lleva no tiene intervención, no participa más que como sujeto paciente al que una sociedad le impone unas normas o convenciones.

Frente a estos signos visuales de identidad, existieron otros muy elaborados en los siglos XVI y XVII y en los que los individuos o los poetas y artistas que los servían sí que intervenían. Me refiero a unas invenciones simbólicas que se creaban *ad hoc* para un individuo con el ansia de transmitir mensajes conceptuales por medio de la vista. Hablo de las **empresas o divisas**, que son asociación de palabra e imagen y creaciones artísticas de extraordinaria relevancia en su tiempo, ligadas a buenos conocimientos de los clásicos, de Retórica y muy en especial del dominio de la agudeza conceptual y verbal[25].

Además de esta especie simbólica, otras que han sido poco atendidas también tuvieron un protagonismo enorme en el Siglo de Oro y les hemos prestado poca atención: **las libreas**.

Dedicaré un espacio a considerar las características de estos signos de identidad destinados a la ostentación, a mostrar, a ser vistos e interpretados por un público que entendía lo que estaba viendo, y que pasados los siglos, nos resulta intrincado comprender o imaginar. Excluyo de mi atención a los emblemas, por no encajar en el asunto que nos interesa, ya que un emblema no es privativo de alguien concreto ni pretende transmitir un mensaje de identidad personal.

En efecto, el emblema se entendía como expresión de una verdad moral de aplicación general a cualquier persona, pero la empresa o divisa[26] siempre fue considerada un mensaje particular, específico de un individuo, destinada a transmitir información sobre sus aspiraciones heroicas o amatorias, su talante, estado de ánimo, etc. mediante la combinación ingeniosa de una imagen concisa y un mote breve. Los dos elementos habían de leerse en conjunto (no por separado), para que el sentido completo de la empresa quedara manifiesto. El ingenio que se requería, tanto por quien ideaba la empresa como por parte de quien la interpretaba, hizo que los escritores al servicio de nobles tuvieran que incorporar la habilidad de idear empresas para sus señores, o adiestrarles en la capacidad de descrifrarlas. En todo espectáculo cortesano se ponían a prueba muchas aptitudes de

25. López Poza (2008a).

26. Divisa, según el *Diccionario de Autoridades*: En el Blasón vale Señal, distintivo especial que el Caballero, Soldado, amante o persona de alguna profession trahe en el escudo, vestido, o en otra parte: como en la adarga, en el coche, &c. para manifestar los blasones de su casa, su profession, pensamientos o ideas. En este sentido puede venir del Francés *Devise*, y también puede haverse corrompido y ser la misma voz antigua Castellana *Devisa*.- Divisa. Significa assimismo el lemma o mote en que se manifiesta el designio particular que uno tiene, unas veces en términos succintos, otras por algunas figuras, y otras por ambos modos.- Bajo la voz *Empressa*, el *Diccionario de Autoridades* indica: Empressa es cierto símbolo o figura enigmática, con un mote breve y conciso, enderezado a manifestar lo que el ánimo quiere o pretende: como se reconoce en la celebrada del Emperador Constantino de la Cruz con la letra *In hoc signo vincam*.- Empresa vale también la acción y determinación de emprender algún negocio arduo y considerable, y el esfuerzo, valor y acometimiento con que se procura lograr el intento (D.A.). Por lo general, los estudios actuales de los géneros emblemáticos, no distinguen entre divisa y empresa, y se considera que según se siga la tradición francesa o la italiana se emplea un término u otro.

los señores y sus hombres de letras protegidos, así que las empresas habría que considerarlas como un género que conviene estudiar más a fondo si deseamos comprender bien la cultura de los siglos XVI y XVII.

Los preceptistas, que como sabemos siempre actúan cuando ya los géneros están en plena vigencia o incluso casi decadentes[27], establecen algunas claras diferencias entre los emblemas y las empresas, que podemos resumir (aunque hemos de considerar que no todos seguían estas normas):

Diferencias entre emblema y empresa o divisa

Emblema	Empresa / divisa
Concepto moral (finalidad didáctica) **de aplicación a la sociedad en general**. Su concepto alude a un aviso o consejo a la colectividad Estructura: 3 partes (mote, *pictura*, epigrama –al que puede acompañar en los libros, una declaración en prosa) destinado a un público amplio y no tan culto como la empresa Más libertad que la empresa al elegir el mote, que puede inventar el emblemista Admite todo tipo de figuras (históricas, fabulosas, humanas, de animales...)	Concepto heroico o amatorio **particular (de un individuo)** Estructura: dos partes (mote y *pictura*). Puede acompañar, cuando es un libro de empresas, una declaración en prosa) El mote conviene que proceda de autor clásico, y ha de ser agudo, equívoco y enigmático La empresa no debe emplear la figura humana en la *pictura* Cuando la empresa es amorosa puede transmitir un mensaje en cifra para la enamorada.

Como es sabido, la empresa tuvo su origen antes que su pariente genérico, el emblema, cuya aparición se produjo en 1531 con el *Emblematum liber* de Alciato, por la visión comercial del impresor Heinrich Steyner, que a los epigramas y títulos (o motes) elaborados por el jurisconsulto milanés decidió unirles la pictura, consiguiendo un éxito editorial sin precedentes. La empresa se consideraba en círculos de entendidos como superior a todas las otras invenciones simbólicas que unían imagen y palabra, debido a su asociación con el intelecto y la agudeza, imprescindibles para su creación y su interpretación.

Sin estar tan claro la génesis de las empresas como la de los emblemas, parece que se originaron, en el sentido que nos interesa, en la Francia medieval, en la corte de Borgoña, en el siglo XIV, aunque los teóricos del Siglo XVI, deseosos de resaltar su antigüedad se remontaban al esplendor de Grecia, considerando las empresas del Renacimiento como una forma derivada de las insignias y atributos antiguos. Con frecuencia evocan la famosa descripción de los escudos de los *Siete contra Tebas*, en la tragedia de Esquilo del mismo título, texto altamente simbólico, donde el poder de las imágenes es muy importante.

27. A partir de la década de 1550-60, de Giovio à Piccinelli y Tesauro, pasando por Ammirato, Ruscelli, Taegio, Farra, Contile, Palazzi, Bargagli, Capaccio y Torquato Tasso (por sólo citar los principales) produjeron repertorios de divisas (unas veces con grabados ilustrativos y otras veces sólo descritas) acompañadas de consideraciones teóricas respesto al género.

Asimismo evocan el segundo canto de la Iliada y la descripción del escudo de Agamenón, con la imagen de las fauces de un león y la letra "Este es el terror de los guerreros" y algunos recuerdan que se llamaba «soldado de escudo blanco» (el *parmaque inglorious alba* de Virgilio –lib. IX de la Eneida–) a aquel que no había todavía llevado a cabo ninguna hazaña, y que por ello no podía representarla en su escudo.

También consideran como precedente del género renacentista las medallas o las monedas imperiales romanas, como la famosa moneda acuñada por Tito, con el Ancora y el Delfín, de que se ocupó Erasmo y que tomó como divisa el impresor Aldo Manuzio con el lema «Festina lente» (Apresúrate lentamente), máxima favorita de Augusto en razón de la alianza que sugiere de *pronta audacia y madura reflexión*; y por esta razón también una de las máximas preferidas por los hombres del Renacimiento que la ilustraban a su vez con una increible variedad de *cuerpos*: áncora y delfín, delfín y tortuga, tortuga con vela (Cosme I Medici), ala y tortuga (Hypnerotomachia Polyphili), vela ligada a una columna (Lionello d´Este), mariposa posada sobre un cangrejo, rémora y navío, etc[28].

Es fácil constatar que la costumbre de usar empresas personales no se produjo a la vez ni en igual intensidad en los diferentes reinos europeos. El reino de Aragón tiene tempranas muestras de la importancia de la cultura de la empresa, y su contacto con Italia pudo facilitar una recíproca influencia que se mantuvo durante mucho tiempo en los torneos y celebraciones festivas.

Así ya hacia 1430, el rey Alfonso V de Aragón, también conocido como Alfonso I el Magnánimo (1396–1458)[29], que como es sabido era un arquetípico príncipe renacentista que propició un importante mecenazgo en su reino, uno de cuyos frutos es el *Cancionero de Stúñiga*, ostentaba una divisa que representaba sobre su casco guerrero un libro abierto con el lema: «*Vir sapiens dominabitur astris*» (el sabio dominará a los astros). Así se hace pintar por Juan de Juanes –Figura 9–, con la divisa representada en el yelmo que aparece a la izquierda del retrato y pintada o bordada en los cortinajes del fondo. En primer término, la corona real se posa sobre el libro abierto, representando una vez más la divisa. Igualmente aparece en la medalla que le realizó Pisanello en 1449 –Figura 10–. Su lema es una declaración (poco común en los monarcas) de valoración de la racionalidad, y denota su devoción por la literatura clásica, que fue excepcional. Para él, según sus propias palabras, «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». Su divisa fue glosada por Antonio Becaddelli:

> *la divisa del rey era un libre ubert per mostrar que lo saber e conexença de bones arts e de scièntia als reys pertany, la qual no's pot atènyer sense legir e studiar e amar los libres*[30].

28. Ver Wind (1977). López Poza (2006).
29. 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).
30. Antonio Beccadelli, el Panormita, *Dels fets e dits del gran rey Alfonso, versió catalana del segle XV de Jordi de Centelles*, Eulàlia Duran (ed.), Barcelona, Barcino, «Els nostres Clàssics», 1990, p. 79.

Figura 9: Retrato de Alfonso V "el Magnánimo" (1394-1458), por Juan de Juanes. Museo de Zaragoza.

Figuras 10: Medalla de Alfonso V de Aragón. Antonio di Puccio (Pisanello), 1449. Museo Arqueológico Nacional, Madrid.

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[31].

Paolo Giovio, menciona así la empresa del rey Alfonso V de Aragón en su *Dialogo dell'imprese militri e amorose*[32] obra escrita en italiano, en 1551, pero no publicada hasta 1555, tres años después de muerto su autor[33], y que fue un trabajo pionero en cuanto a preceptiva del género y descripción particular de empresas:

> Y porque se ha de seguir la orden de la nobleza, os quiero decir las empresas de los cuatro últimos reyes de Aragón y, entre las otras, lo que quería decir el libro abierto, que fue la empresa del rey don Alonso Primero.
>
> DOM: ¿Qué libro fue ése, monseñor?
>
> IOVIO: Este rey don Alonso trajo por empresa un libro abierto, como os he dicho, el cual no teniendo ánima de ningún mote, muchos dudaban y no sabían qué quería decir, y porque fue rey muy virtuoso, y dechado y resplandor del arte militar y de la erudición, y en de plática del gobierno civil, [había] quien decía una cosa y quien otra. Pero al cabo, la mayor parte de la gente adevinó qué

31. Ver Rubió (1960).

32. Paolo Giovio, *Diálogo de las empresas militares y amorosas. Compuesto en lengua italiana por el ilustre y reverendísimo señor Paulo Iovio, obispo de Nucera, en el cual se tracta de las devisas, armas, motes o blasones de linajes*. Traducida al español por Alonso de Ulloa. Sigo la edición de Lyon, Guillielmo Roville, 1561.

33. La obra es un diálogo entre el propio Giovio y Lodovico Domenichi (Piacenza ca. 1514 - Pisa 1564). Este último trabajó para la industria editorial en las principales casas comerciales del libros del siglo XVI, bien como redactor o traductor. Colaboró con Giolito y Marcolini en Venecia y con Torrentino en Florencia, donde sufrió cárcel por sus simpatías hacia la Reforma.

> quería decir: que la libertad era la cosa más preciosa que podía tener el hombre y así, como prudente y sabio, nunca jamás se quiso casar, por no hacerse siervo casándose[34]. Otros dijeron que traía el libro abierto para dar a entender que la perfición del entendimiento humano consiste en el conoscimiento de las sciencias y de las artes liberales, de las cuales su Majestad fue muy estudiosa[35].

También en fecha temprana (1477) tenemos en la doliente voz de Jorge Manrique una viva descripción de lo que este tipo de invenciones suponía en los espectáculos cortesanos:

> [XVI]
> ¿Qué se hizo el rey don Juan?
> Los infantes de Aragón,
> ¿qué se hizieron?
> ¿Qué fue de tanto galán?
> ¿Qué fue de tanta **invención**
> como traxieron?
> Las justas y los torneos,
> **paramentos, bordaduras**
> **y cimeras**
> ¿fueron sino devaneos?
> ¿Qué fueron sino verduras
> de las heras?[36]

En efecto, los torneos y otras fiestas cortesanas, donde la ostentación de los caballeros resultaba primordial, eran los acontecimientos preferidos para mostrar lo que Manrique considera vanagloria, pero que eran signos de identidad de clase inexcusables para los caballeros cortesanos.

Los inicios de la cultura de la empresa se advierten, como indica el poeta castellano, en las cimeras de los blasones, bordadas o pintadas, como nos da cuenta Gonzalo Fernández de Oviedo en su obra *Batallas y Quincuagenas*, escrita entre 1535-1556[37]. La obra contiene diálogos que el autor dice haberlos compuesto evocando su propia experiencia con un afán didáctico para transmitir los valores de la Caballería de los comienzos del siglo XVI.

He tratado del asunto en otro lugar, y por eso no me extiendo, pero no quiero dejar de mostrar alguno de los elocuentes dibujos de los escudos nobiliarios y cimeras de señores citados. En algunas cimeras se incluyen las letras, como en éstas dos cuyas imágenes incluimos (Figuras 11 y 12). El caballero ha de mostrar, además de su destreza con las armas, su agudeza para transmitir un mensaje que identifique su talante, aspiraciones, su pasión amorosa… La primera cimera es de don Lorenzo Suárez de Figueroa y Mendoza, conde de Coruña, que lleva el lema: «Esta es la cuenta cierta | de mi vida quasi

34. Sí que se casó, el 12 de junio de 1415, en la catedral de Valencia, con la infanta María de Castilla, hija de Enrique III de Castilla y prima suya. De esa unión no tuvo hijos, pero tuvo tres hijos naturales con su amante, Giraldina Carlino: Fernando I, rey de Nápoles (1423-1494), María de Aragón y Elionor de Aragón.
35. Paolo Giovio, *Diálogo de las empresas militares y amorosas,* ed. cit. pp. 28-29.
36. Jorge Manrique, *Coplas por la muerte de su padre*, ed. Vicente Beltrán, Crítica (Barcelona), 1993.
37. *Gonzalo Fernández de Oviedo, Batallas y Quincuagenas*, transcripción de José Amador de los Ríos y Padilla; prólogo y edición de Juan Pérez de Tudela y Bueso, Madrid, Academia de la Historia, 1983-2002 (4 vols.). La obra ofrece importante información biográfica, genealógica, heráldica y de origen de las estirpes.

muerta». Se ha pintado un brazo que vierte el contenido de un cántaro: muchas piedras negras y muy pocas blancas. La clave interpretativa está en Plinio, que relató cómo los habitantes de Tracia metían cada día de su vida una piedrecita en un cántaro; blanca si había sido un día feliz, y negra si el día había sido infausto. Fernández de Oviedo aclara que, aunque el mensaje podría parecer el de un enamorado que sufre, en esta ocasión no era sino el de una persona de edad avanzada que reflexiona sobre lo que es la vida del hombre en la tierra (él conoció al conde, que ya era mayor, y le explicó el sentido). La imagen de la segunda cimera corresponde a la de don Rodrigo de Ulloa, contador mayor de Castilla con los Reyes Católicos, y su mensaje es de naturaleza amorosa, hacia doña Aldonça de Castilla, su esposa. Representa un armiño, y la letra: «Él y vuestra condición, | una misma cosa son»; es decir, la esposa es como el armiño, que en caso de verse rodeado por lodo o cosas sucias en un círculo preparado por los cazadores, prefiere entregarse a ellos antes que huir pisando las inmundicias y ensuciarse.

Fue a finales del siglo XV y comienzos del siglo XVI cuando, debido a las luchas en Italia entre franceses, italianos y españoles, se hicieron presentes vistosas divisas para distinguir a los señores que litigaban en el campo. Así lo narra Giovio en su *Dialogo de las empresas militares y amorosas*:

> Agora, en esta edad más moderna, como de Federico Barbarroja, en cuyo tiempo se introdujo en costumbre las insignias de los linajes que llamamos armas, dados por los príncipes por merecimiento de las sanctas empresas hechas en la guerra, sólo para ennoblecer y honrar los esforzados caballeros, se inventaron diversas invenciones de cimeros y pinturas en los escudos; lo cual se manifiesta en muchas pinturas que están en Florentia, en Sancta María Novela. Pero en nuestros tiempos, después de la venida en Italia del rey Carlos Octavo y de Ludovico XII, todos los que seguían la militia, imitando a los capitanes franceses, procuraron de se adornar de gentiles y pomposas empresas, de las cuales relucían los caballeros, apartada cada compañía por sí, con diversas libreas, porque bordaban de plata y oro de martillo los sayones y sobrevestas, y en los pechos y espaldas estaban las empresas de los capitanes. De manera que las muestras de las gentes de armas hacían pomposísimo y riquísimo espectáculo, y en la batalla se conoscía el esfuerzo y bondad de las compañías[38].

Lo que se inició como una necesaria identificación de los caballeros en batallas de guerra, porque los yelmos impedían ver el rostro de los caballeros, se extendió a batallas menos cruentas, aunque no menos peligrosas en ocasiones, como los torneos, juegos festivos, como la sortija o el juego de cañas... El caballero deseaba ser identificado, y para ello se había de distinguir por medio de signos visuales que desde lejos no dejaran ninguna duda de que era él quien realizaba una hazaña. Mediante esos signos de identificación transmitía mensajes bien conocidos por las normas convencionales de tu tiempo, como por ejemplo, el uso de ciertos colores en su vestimenta (los de su dama, por quien luchaba), o mostraba su ingenio en la realización de cimeras muy ornamentadas, o en divisas personales o empresas que ostentaba de distinto modo

38. Paolo Giovio, *Diálogo de las empresas militares y amorosas*, ed. cit., pp. 4-5.

(en bordados de sus ropas, o en las gualdrapas de sus caballos, o pintadas en escudos o adargas), (Figura 13).

Figuras 11 y 12: Cimeras con letras de *Batallas y Quincuagenas*, de Gonzalo Fernández de Oviedo.

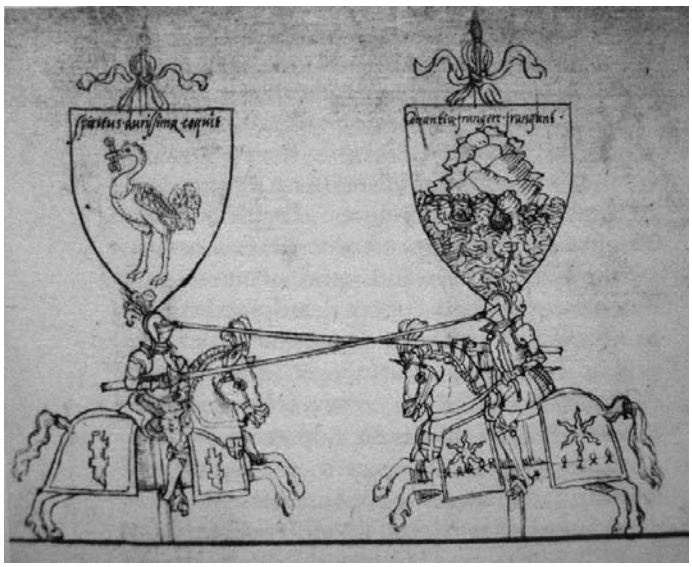

Figura 13: Caballeros justando, con su empresa dibujada sobre su imagen, en un manuscrito del College of Arms, London (Ms. M 6, fol. 57a).

Antes de que la imprenta certificase y propagase la cultura de la empresa como género, las empresas eran motivo de conversaciones entre nobles, en círculos académicos, entre amigos o amantes, y con mucha frecuencia, entre un hombre potentado pero sin ingenio para componer estas invenciones simbólicas y un poeta protegido al que pagaba por la agudeza de que él carecía. Muchos escritores sirvieron a nobles en este sentido,

aunque nunca lleguemos a saber que fueron autores de estas composiciones artísticas[39]. Los repertorios de empresas que la imprenta publicó, a menudo acompañados de teoría, supusieron una enorme ayuda para la invención de los conceptos y la metaforización de las imágenes precisas; del éxito de una invención dependía a veces la suerte del poeta, en un ambiente cortesano de adulación y lisonjas.

En la posdata de una carta escrita en 1510 al Cardenal Ippolito d'Este, Pietro Bembo dice:

> He pensado algo en torno a vuestra Empresa; pero este es un asunto más para la discusión que para escribir sobre él[40]

En efecto, si tenemos en cuenta lo que indica Baltasar de Castiglione en su *Cortesano*, la invención de empresas se consideraba una actividad propia de la discusión entre amigos, o de academia, o de salón de la corte.

Sólo cuando en 1551 Claude Paradin publica en Lyon la primera obra del género: *Devises Heroïques*, y viendo el éxito inmediato que tuvo, que se manifestó en un gran número de traducciones, reediciones y ediciones con comentarios que siguieron, se consideró la empresa como un género editorial. Muchos de los emblematistas posteriores se inspiraron en imágenes publicadas por Paradin, que lo que presentó en la primera edición no era más que imagen y mote; ni siquiera indica en la página a quién pertenece la divisa que incluye. En las siguientes ediciones ya acompaña a cada divisa una declaración en prosa que podemos decir que inicia el modelo del género para los libros de empresas –Figura 14–, a diferencia de los de emblemas, que irán acompañados de versos formando un epigrama.

Dos versiones de la obra de Giovio aparecieron en 1556, una editada por Girolamo Ruscelli y la otra por Lodovico Domenichi y siguió un número de otras ediciones y traducciones enseguida[41]. Esta producción teórica y las colecciones de empresas que se describían o se reproducían estimuló la moda de usarlas para hacer gala de ingenio, agudeza y cultura suficiente como para despertar admiración entre cortesanos. Pocos eran capaces de idear por sí solos una empresa cabal y tenían que acudir a hombres de letras; cuanto más eminentes fueran estos, más acertada sería la empresa. Fue muy celebrado el ingenio de Antonio de Nebrija y su espíritu sutil al concebir la empresa de Fernando el Católico TANTO MONTA (Figura 15), que acompañaba la imagen del nudo gordiano y aludía a la anécdota de Alejandro Magno, como relata Giovio:

---

39. En *Il libro del cortegiano, del conte Baldesar Castiglione*, Firenze, Giunta, 1528 (aunque antes de esa fecha circuló un tiempo manuscrito) queda patente que el reconocimiento como género de las empresas debe de ser reciente, pues él apostilla «faceano imprese come oggidì chiamiamo». Como en tantas otras modalidades genéricas, primero existen, y más tarde se les pone un nombre y son reconocidas por él. Ese fragmento falta en las traducciones de la obra al español.

40. Pietro Bembo. *Lettere*, edizione critica a cura di Ernesto Travi, Bologna, Commissione per i testi di lingua, stamp. 1990-1993. 4 vols. I, 38: «Io avea pure pensato non so che sopra le imprese di V. Rma. S. ma sono cose più tosto da ragionare che da scrivere». Traducción mía.

41. Las ediciones de Ruscelli y Domenichi fueron reimpresas muchas veces, y se publicaron traducciones en francés (1561, dos veces), español (1561, 1562) e inglés (1585)

HEROÏQVES. 25

Vltus auos Troiæ.

Louis XII. de ce nom, Roy de France, comme Duc hereditaire d'Orleans, & par conſequẽt Conte de Blois, auoit pour Deuiſe le Porc Eſpic: beſte de laquelle la vile de Blois ſuſdite fait d'ancieneté, enſemble du Loup, ſes armoiries: ainſi que i'ay vù ſur le lieu, en pluſieurs pierres & portaus. C'eſt une beſte donques que ce Porc Eſpic, ſi bien armee de nature, qu'elle ſe defend de ceus qui l'irritent, & ſur tout des Chiens: en leur gettant contre ſes aguillons, ou pointes: auſſi vite que ſi c'eſtoient des flesches. Et pour plus amplement decla- Pline.

b 5 rer

Figura 14: Claude Paradin, *Devises heroïques*, Lyon, Jean de Tournes y Guillaume Gazeau, 1557.

Figura 15: Empresa de Fernando el Católico. Giovio, *Diálogo de las empresas militares y amorosas*, Lyon, Rovillé, 1561.

IOVIO: Cierto, vos no os engañáis, porque cosa es dificultosa el mejorar. Pero el Rey Católico llegó al grado de perfición cuando trajo por empresa el ñudo de Gordiano con la mano de Alejandro Magno (que lo cortó con la espada no pudiéndolo desatar con las manos) y puso encima el presente mote: TANTO MONTA[42]. Y para que sepáis el alto pensamiento de aquel sabio y prudente rey, como habréis leído en Quinto Curcio, quien dijo [que][43] en Gordio, ciudad de Asia, estaba en un templo un ñudo ciego que nadie lo podía desatar, y llamábase el ñudo de Gordiano; y el oráculo decía que aquél que lo supiese desatar sería señor de Asia, por lo cual llegando allí Alejandro y no lo pudiendo desatar, porque no le hallaba principio ni fin, echó mano a la espada que traía y, con ira y desdén, lo cortó, *et Oraculum aut impleuit, aut elusit*[44]. Lo mesmo aconteció al Rey Católico, que, sucediéndole un cierto pleito muy enredado sobre la herencia del reino de Castilla, no hallando otro camino para alcanzar justicia, lo conquistó con la espada en la mano, y así lo venció. De manera que esta tan hermosa empresa, alcanzando gran fama, mereció que se igualase con la de Francia[45]. Algunos quieren decir que la inventó el doctísimo e ingenioso varón Antonio de Nebrija, que

42. *Tanto monta* equivale a: da lo mismo [en este caso: cortar que desatar]. Equivale la expresión popular a la fórmula latina: *tantum valet o idem est.*

43. En el texto: «qui digo». La sintaxis es imperfecta en esta oración, donde además de errata se intuyen errores, tal vez de composición en imprenta.

44. *Q. Curtii Rufi Historiae Alexandri Magni Macedonis,* libro III, 1: Ille nequaquam diu luctatus cum latentibus nodis: «Nihil», inquit, «interest quomodo solvantur», gladioque ruptis omnibus loris oraculi sortem vel elusit vel implevit».

45. Francisco Gómez de la Reguera, en sus *Empresas de los Reyes de Castilla y León* (terminadas hacia 1632) describe esta empresa del rey Fernando, así como otra empresa personal del monarca que representa en la *pictura* un yunque y una mano con un martillo golpeándolo y el lema: «Tempore cede», que también recoge Andrés Mendo en el Documento LIV de su *Principe perfecto*. Al referirse a la que nos ocupa ahora, indica que

> en aquel tiempo restauró la lengua latina en España[46], de quien agora leemos un muy copioso *Dictionario latino y castellano*[47].

Algunas empresas de reyes fueron muy conocidas y elogiadas, como las de Luis XII (1498-1515) y Francisco I de Francia (1515-1547), ya reproducidas por Paradin. La empresa de Luis XII representaba un puercoespín con las púas erizadas, con el lema COMINVS, ET EMINVS. Giovio alaba esta empresa como de

> singular hermosura y de gentil vista e ingenio, porque fue al propósito de aquel bravo y belicoso rey, que jamás no se cansó por ningún trabajo de guerra, estando siempre constante con ánimo invencible. Y por eso traía en sus sobrearmas, llamadas octonas por sus alabarderos, un puercospín con una corona en la cabeza, que a quien lo enoja desde cerca encuentra, y desde lejos asaetea tirando sus agudísimas espinas; por lo cual daba a entender que sus armas eran prestas y gallardas desde cerca y desde lejos. Y aunque en la sobrevesta no traía ningún mote, todavía me acuerdo haber visto en diversos lugares pintada esta empresa con una letra encima que decía: COMINVS, ET EMINVS[48], lo cual cuadraba mucho.

Francisco I se representa a sí mismo como una salamandra que, estando en medio del fuego, no se quema. El lema: NVTRISCO ET ESTINGVO (*Nutro y apago*), identifica la naturaleza que prefería mostrar este rey.

> traía una salamanquesa que, estando en el fuego, no se quemaba, con un mote en italiano que decía: MI NVTRISCO[49], siendo proprio de aquel animal echar fuera de sí un cierto humor frío sobre las brasas, por lo cual no teme la fuerza del fuego, antes lo templa y mata. Y es así que aquel generoso y humano rey no fue libre de los lazos de amor, mayormente habiéndose mostrado muy liberal y amigo de sabios varones, y de ánimo indomable contra la fortuna, como la

---

fue «invención de Antonio de Nebrija», y su concepto es la conveniencia de presteza en la ejecución de las determinaciones reales.

46. Lo que sigue hasta el punto no está en el original de Giovio; es añadido por su traductor al español, Alonso de Ulloa.

47. Giovio se está refiriendo al primer diccionario español: V*ocabulario de romance en latín* (1495), de Elio Antonio de Nebrija, a quien, como es sabido, se le debe también, entre otras importantes aportaciones, la primera *Gramática castellana* (1492), que fue la primera de una lengua vulgar que se publicó en Europa.

48. *Cominus et eminus*: De cerca y de lejos. Emanuele Tesauro (1592-1675), en el capítulo XV de *Il Cannocchiale aristotelico*: «Idea de la Agudeza Heroica, vulgarmente llamada Empresa», al tratar de «Cuáles empresas particulares hayan conseguido mayor aplauso», destaca ésta de Luis XII: «Sin renovar los pleitos de la belleza entre las ambiciosas deidades, llamada por árbitra a sola la fama, hallo yo que a la empresa de Luis XII, rey de Francia, le toca la primera palma […] El Protofabro de este arte Paulo Jovio, la recomienda de *singular hermosura, vista, y significado*. El Bargagli, que ha dado al arte casi la última mano, afirma que *entre las empresas tiene el primer lugar*. Universalmente todo escritor o todo hombre de excelso o mediano ingenio la ha reverenciado y, por lo que mira a los enemigos de aquel rey, igualmente la ha temido y alabado». La traducción es del P. Miguel de Sequeiros, en la edición española de Madrid, 1741. Tesauro había publicado su obra en 1655 (Venecia, Paolo Baglioni), y en edición aumentada y definitiva en 1670 (Turín, Bartolomeo Zavata).

49. Corrijo la errata de la versión española: *nudrisco*. *Mi nutrisco*: Me alimento. Puede que esté inspirado en el segundo verso de Petrarca: *Canzoniere*, CCCXLII: *Del cibo onde 'l signor mio sempre abonda, / lagrime e doglia, il cor lasso nudrisco*; (Del manjar en que abunda siempre mi señor –el Amor– nutro mi cansado corazón). Esta empresa presenta en sucesivas ediciones de la obra de Giovio algunas variantes. En la edición de Guillaume Rouillé (Lyon, 1561) aparece el mote en el texto como NVTRISCO ESTINGVO mientras que en la pictura el lema reza: NVTRISCO ET EXTINGVO. El mismo editor, en la edición de Lyon, 1574, corrige el texto de la declaración: NVTRISCO ET ESTINGVO (Nutro y apago), y mantiene con X la *pictura* (NVTRISCO ET EXTINGVO).

> salamanquesa, en cualquier caso de sucesos de guerra[50]. Y esta invención halló él con su agudo ingenio.

No era exclusiva la fiesta cortesana para ostentación de empresas personales, aunque en los torneos y juegos semejantes solía hacerse alarde extremo del ingenio para idearlas. También podía mostrarse una empresa o divisa personal en un retrato, ya fuera como expresión de la imagen que deseaba el retratado que se asociase a su persona, o como complemento; en bordados (en vestidos o trajes, o en tapetes, colgaduras o pabellones); en pinturas de paredes y techos, en tallas de madera, medallas, tapicerías, piezas de joyería…

Francisco I (1515-1547) esparcía sus empresas allí por donde pasaba, de modo que más que por sus blasones de armas familiares se le conocía por su divisa personal. El Château de Chambord está repleto de la divisa en paredes, techos, fachada… Y así, en una carta que escribe Giovio Girolamo Angleria, en 1537, sobre un encuentro entre el marqués del Vasto y Francisco I, dice: «trovorno poi quattrocento arcieri della salamandra in piazza» (*y había cuatrocientos arqueros de la Salamandra en la plaza*), con que se está refiriendo a la empresa del rey Francisco I de Francia[51].

Si en un principio las empresas fueron patrimonio exclusivo de la alta nobleza o el alto clero, en el siglo XVII se amplía su uso a infanzones, caballeros, escritores, editores, pintores y personas con sutileza y conocimientos suficientes como para desear ostentar ante sus semejantes una divisa personal que les identificase, que mostraban junto a sus retratos pintados o grabados. Podemos ver un par de ejemplos. Veamos el retrato de don Vincencio Juan de Lastanosa, caballero infanzón y conocido mecenas del escritor Baltasar Gracián[52], (Figura 16). En la parte superior, a la izquierda, se distingue el blasón de la familia Lastanosa, con el lema *Hucvsque et inde cœpit*[53], que muestra la empresa dibujada en el manuscrito del *Catálogo de los libros de Vincencio Ioan Lastanosa. Por orden de alfabeto*[54]. La empresa personal de don Vincencio Juan de Lastanosa (el Ave Fénix con el lema «Vetustate fulget»), que acompaña a su retrato colocada en la parte superior derecha, podemos verla con detalle en una lámina grabada de su obra *Museo de las Medallas*

50. A pesar de lo que se ha insistido en ello, es improbable que la motivación de la empresa tuviera que ver con las aficiones amorosas del monarca. Francisco I había nacido en Cognac, el 12 de septiembre de 1494 y accedió a la corona el 1 de enero de 1515, con 21 años. Pero ya en 1504 (es decir, cuando sólo contaba el príncipe 10 años) aparece la primera medalla que reproduce la divisa.
51. Caldwell (2001: n. 20).
52. De este retrato grabado se conservan varias copias: *Genealogía de la Noble Casa de Lastanosa* (Biblioteca Nacional, manuscrito nº 22.609, f. 2), *Piedra de toque de la moneda jaquesa* (Biblioteca Nacional, manuscrito nº 18.727-39, f. 4), *Medallas romanas explicadas que ofrece y dedica al serenísimo señor don Juan de Austria Vincencio Juan de Lastanosa* (Museo de la Casa de la Moneda, signatura BH-119, f. 6), Grabado suelto (Biblioteca Nacional, Sala Goya, IH/47999/1).
53. Para una explicación de la empresa de la familia Lastanosa, que se representa sobre el blasón, ver: Sagrario López Poza, «Emblemas del Conde de Guimerá, Vizconde de Evol y Alquer-Foradat», ficha para el catálogo de exposición: *Vincencio Juan de Lastanosa (1607-1681). La pasión del saber*. Exposición celebrada del 24 de abril al 3 de junio de 2007 en la Sala de Exposiciones de la Diputación de Huesca y Palacio de Villahermosa. Huesca, Instituto de Estudios Altoaragoneses, 2007, p. 209.
54. Biblioteca Real de Estocolmo (K. B. Sp. 10-U 379).

desconocidas Españolas (Huesca, 1645)[55] –Figura 17–. También puede verse en un dibujo de un interesante libro con portada manuscrita y el título: *EMBLEMAS DEL CONDE DE GUIMERA. Vizconde de Ebol. I ALQVER-FORADAT*[56].

Figura 16: Vincencio Juan de Lastanosa. Grabado BNE MS 22609.

Figura 17: Empresa de Lastanosa.

Entre los escritores que se hicieron representar con su divisa, es bien conocido el retrarto grabado en cobre de Mateo Alemán, realizado por Pedro Perret, que apareció en la *edición príncipe* del Guzmán de Alfarache (Madrid, Várez de Castro, 1599) –Figura 18–. En la propia vida del pícaro, alude a esa empresa en estos términos:

> Todos y cada uno por sus fines quieren usar del engaño, contra el seguro dél, como lo declara una empresa, significada por una culebra dormida y una araña, que baja secretamente para morderla en la cerviz y matarla, cuya letra dice: «No hay prudencia que resista al engaño.» Es disparate pensar que pueda el prudente prevenir a quien le acecha (II, *i*, 135)[57].

55. Vincencio Juan de Lastanosa, *Mvseo de las Medallas desconocidas Españolas. Pvblícalo don Vincencio Iuan de Lastanosa Señor de Figaruelas, Hijo, i Ciudadano de Huesca. I lo dedica Al Excelentissimo Señor Don Bernardino Fernandez de Velasco, i Tobar, Condestable de Castilla, i Leon, Ilvstrado Con tres Discursos, del Padre Paulo de Rojas, de la Compañía de Iesus, del Doctor Don Francisco Ximenez de Vrrea, Capellan de su Magestad, i Chronista del Reino de Aragon, i del Doctor Iuan Francisco Andrés de Vztarroz*. Impresso en Huesca, por Iuan Nogues, 1645.

56. Se conserva en la Biblioteca Nacional de Madrid, con signatura ER 1504. El dibujo a pluma del folio 28r, lámina 27, representa la «EMPRESA DE DON VINCENCIO IVAN DE LASTANOSA SOR DE FIGARVELAS». Representa un ave fénix abrasándose en una pira. El lema inscrito en una filacteria dice con letras escritas especularmente (para que al labrar la plancha se haga así la incisión, de modo que al estampar queden al derecho): VETVSTATE FVLGET (es decir: con la *antigüedad* –de su familia– *resplandece*). Para explicación de la empresa de Lastanosa: López Poza (2008b).

57. Ya en otro lugar anterior de la novela se aludía a la imagen: «Todo anda revuelto, todo apriesa, todo enmarañado. No hallarás hombre con hombre; todos vivimos en asechanza los uno de los otros, como el gato

Figura 18: Retrato de Mateo Alemán. Grabado en cobre de Pedro Perret aparecido en la edición príncipe del Guzmán de Alfarache, Madrid, Várez de Castro, 1599

Los editores e impresores usaron pronto divisas personales, al principio usando apenas unas siglas o un anagrama de su nombre en sus portadas o colofones, pero a medida que la cultura simbólica y el gusto por la analogía fue tan apreciada, adoptaron la costumbre de emplear como marca de identificación una empresa o una divisa que intentara transmitir un concepto considerado por quien la elegía como lema de su vida y su producción. A menudo varios impresores usaban, si no la misma marca que otro, una muy parecida; en Francia, Francisco I promulgó en 1539 normas por las que se prohibía a los impreseroes utilizar marcas tipográficas que pudieran confundirse con las de otro. Lo que hoy llamamos *marcas de impresor* eran verdaderas empresas en los Siglos de Oro. Los motes, a veces procedentes de versos latinos, suelen ser agudos, equívocos, breves y en latín, como indicaban los preceptistas y las *picturae* presentan las cualidades de simetría, proporción y demás requisitos expresados como deseables en los prólogos de los libros de empresas y en tratados de Retórica[58]. Los profesionales vinculados al negocio de la imprenta, sobre todo en el siglo XVI, eran hombres de exquisita cultura, y sus locales acogían a eruditos que mantenían reuniones como las de la Academia Aldina, al amor de la *officina* que pro-

del ratón o la araña de la culebra» (I, ii, 298). Para un estudio detallado de esta empresa en relación con Mateo Alemán, ver: Bouzy (1992).

58. Para abundar en estos aspectos, ver la *Introducción* a mi edición de las *Empresas Políticas* de Saavedra Fajardo, Madrid, Cátedra, 1999.

ducía los libros que ellos decidían que convenían imprimirse. No podemos ahora detenernos mucho en este asunto, del que he tratado en otra ocasión[59], pero mostraré algunas de esas agudas empresas que demuestran que estos humanistas no diferían mucho de los empresarios de hoy, que saben lo importante que es un logotipo para la buena marcha de sus productos en el mercado. No mencionaremos más que alguna de las más conocidas marcas o empresas de este tipo, como la del impresor Christophe Plantin (c. 1520-1589) uno de los más famosos del siglo XVI, que representa un compás trazando un círculo y el lema «Labore et constantia». La aguja del compás que está moviéndose representa el trabajo, la que está quieta, la constancia, y el propio círculo evoca la eternidad (jeroglífico de Horapolo), de modo que la leyenda transmite el concepto de que con trabajo y constancia se consiguen obras que trascienden el tiempo (figura 19). Los famosos impresores italianos *Gabriele Giolito e fratelli*, que trabajaron en Venecia entre 1536 y 1591, tenían como marca o empresa un ave fénix dirigiéndose hacia el sol, con el lema «Semper eadem», con lo que transmitían la voluntad de constancia y tenacidad en el buen hacer de su tarea, aunque sufrieran adversidades (figura 20). Otra marca de impresor que tuvo muchas formulaciones diversas usando el mismo motivo es la que usó Martin de Montesdoca (que trabajó en Sevilla) con el lema: VIGILATE (figura 21). Paolo Giovio explicaba cómo le había hecho una empresa con ese motivo al duque de Amalfi:

> Hícele pues por empresa una grulla para que pusiese en el estandarte, con la pierna izquierda alzada con una piedra en las uñas, que es remedio contra el sueño, según dice Plinio de estas aves, que son vigilantísimas, con un breve alderredor que decía: OFFICIVM NATVRA DOCET[60].

Entre los colectivos o corporaciones que acostumbraban a emplear empresas, destacaron los miembros de Academias –especialmente en Italia–. En aquellas de que conservamos actas, como la de los *Nocturnos* de Valencia, podemos observar que glosar empresas o emblemas era a menudo tarea impuesta a los académicos por sus compañeros, como una de las actividades habituales y propias de su quehacer intelectual y creativo, pero no sé de ningún resto conservado de dibujos relacionado con las academias españolas. Es posible que existan manuscritos aún no descubiertos. En Italia hay ejemplos relevantes, como los de la florentina *Accademia della Crusca*, cuyos orígenes se remontan a la década 1570 a 1580, y a las reuniones de un grupo de amigos que se llamaron *la brigata dei crusconi* ("brigada del salvado tosco"). Ellos escogieron el nombre para distanciarse de la pedantería rígida de la *Accademia fiorentina* contra la que ellos organizaron el *cruscate*, reuniones juguetonas con discursos triviales y conversaciones. El nombre Crusca ("el 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). Estos académicos decidieron que todos los objetos y mobiliario de la Academia debían tener nombres que relacionaran al grano, salvado y pan, incluso las divisas personales de los Académicos. Así,

59. López Poza (2006).
60. Paolo Giovio, *Diálogo de las empresas militares y amorosas*, ed. cit. p. 98.

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 de cada académico y su lema escogido.

Figura 19: Marca del impresor Christophe Plantin.

Figura 20: Marca del impresor Gabriel Giolito de Ferrari.

Figura 21: Marca del impresor Martin de Montesdoca.

Aunque también ligadas a un individuo particular, hay una variedad de empresas que conviene estudiar y que son algo diferentes. Me refiero a las que elabora un artista con intención de elogiar la personalidad heroica o virtuosa de un señor al que sirve o al que desea agradar con su regalo. Esto se advierte en algunos manuscritos, bellísimos, como el de Giacomo Saporiti, fechado en Palermo, a 15 de diciembre de 1611, y titulado *La sombra de las heroycas hazañas, antigua nobleza, y famosissimo gouierno del Illmo. y Ecmo. Señor el Señor Don Pedro Girón Duque de Ossuna*. Es un panegírico a las virtudes del reciente virrey de Sicilia al que acompañó Quevedo, y que probablemente fue tanto un regalo de bienvenida como de cumpleaños, ya que el duque había nacido en diciembre. Su nombramiento se

había producido en enero de 1610, pero hasta noviembre de ese año no emprendió el viaje (desde Barcelona) para tomar posesión de su cargo. Este tipo de empresas escogen las virtudes más destacadas de una persona y las muestran de forma simbólica, pero pierden la esencia principal de la empresa, pues aunque manifiestan con agudeza un concepto heroico por medio de una *simbólica figura*, no plasman un mensaje o aspiración del individuo mismo, sino que son otros los que interpretan y elaboran el concepto representado, basándose, como en este caso, en la biografía y fama de Don Pedro Girón (Figura 22). Esta empresa presenta un basilisco, con el lema «SIBILO FAMA», con que pretende transmitir que la fama de don Pedro adquirida en sus gestas en Flandes es tal, que los malhechores le temen como al basilisco, y «no hay turco, moro o africano que oyendo su nombre no tiemble»[61].

Figura 22: Giacomo Saporiti, *La sombra de las heroycas hazañas…*

Libreas e insignias

Otra categoría simbólica que contemplan algunos tratadistas, como por ejemplo Girolamo Ruscelli, resultan de interés para nuestro asunto. Él analiza en su *Discorso* las especies simbólicas por turno, definiendo en particular los «tiempos», «lugares»,[62] y «modos de hacer» apropiados para cada uno. Entre esas invenciones contempla las libreas e insignias.

61. Para más detalle sobre este manuscrito, ver López Poza (2008c).
62. Girolamo Ruscelli, *Discorso*, en Paolo Giovio, *Ragionamento di Mons. Paolo Giovio sopra i motti, & disegni d'arme, & d'amore, che communemente chiamano imprese. Con un discorso di Girolamo Ruscelli, intorno allo stesso soggetto, in Venetia, appresso Giordano Ziletti, 1556.*

Sobre el término *librea* hay bastante confusión. Corominas en su *Diccionario Etimológico*, da como fecha para la aparición de la palabra *Librea* 1444. Indica que procede del francés *livrée* y que significa «cosa entregada al "criado", derviada de *livrer*, "entregar" (del mismo origen que el castellano *librar*)[63], pero la explicación de Ruscelli es la que nos importa, pues es como era concebido en la época. Él considera las libreas símbolos de amor cortés. Ruscelli dice que la palabra podría venir de «liber eram» (yo era libre), lo que indicaría la servil naturaleza de la relación entre un caballero y su dama. Es decir, que él era libre antes y ahora está ligado para siempre a ella. De hecho, Ruscelli sugiere que las *libreas*[64] se usaron originalmente con el propósito de comunicar servidumbre amorosa y que derivaban de la costumbre de los gobernantes de vestir a sus sirvientes con sus colores para denotar fidelidad y servidumbre. Una dama vestiría también a sus sirvientes con los colores personales de ella, y se convirtió en una moda que los aspirantes al amor de la dama hicieran lo mismo,

> *para demostrar de un modo más agradable y atractivo que ellos también eran sus esclavos y siervos, como los siervos y sirvientes auténticos que la atendían en su casa*[65]

Con frecuencia, la necesidad de secreto conducía a estos pretendientes a inventar pequeños símbolos de fidelidad, más que a llevar abiertamente los colores de su dama[66].

Este aspecto de las *libreas* lo atribuye Ruscelli a las costumbres españolas, pero también hace hincapié en la importancia de la influencia de la obra de Ludovico Ariosto. Su *Orlando furioso* es un constante punto de referencia en el *Discorso* y Ruscelli cita de forma libre sus páginas cuando argumenta sobre *insignias*, *libreas* o *empresas*. Fue muy activo en la defensa de Ariosto en los cículos literarios y hace pleno uso de él como autoridad sobre mecanismos de la imaginería simbólica[67]. *Orlando furioso* contiene un simbolismo de color y despliegue de ostentación que evoca un mundo rico cortesano definido a través de signos.

Ruscelli atiende a las libreas y considera que pueden darse seis especies diferentes:

a. color solamente

b. color y letras

---

63. LIBREA. Según el *Diccionario de Autoridades*: El vestuario uniforme que los Reyes, Grandes, Títulos y Caballeros dan respectivamente a sus Guardias, Pages, y a los criados de escalera abaxo, el qual debe ser de los colores de las armas de quien le da. Suélese hacer bordada, o guarnecida con franjas de varias labores. Covarrubias dice se llamó Librea, por los muchos privilegios y libertades que gozan los que sirven a los Reyes. LIBREA. Por semejanza, se llama el vestido uniforme que sacan las quadrillas de Caballeros en los festejos públicos: como Cañas, Máscaras, & c.

64. Ruscelli, *Discorso*, ed. cit. p. 151: «le Livree… havendo sempre come per principale intention loro il mostrar servitù amorosa, e che a questo solo fine elle fosser poste in uso da principio, che essere loro i loro inventori questo questo nome, per mostrar con esso di non piu esser liberi né di se medesimi, ma servi e prigionieri delle Donne loro.»

65. *Ibid*., págs. 152-153: «per mostrar vaghissimamente et con molta leggiadria, che ancor esi erano così servi, e schiavi di lei, come quei proprii chiavi e servi che essa teneva in casa, e se ne serviva».

66. *Ibid*., p. 153: «Et così deapoi per quei rispetti che poteano accadere, venendo i Cavallieri a rimoversi di questo uso di voler come far publica la servitù.

67. Para el uso de la imagen simbólica en Ariosto, ver Abd-el-Kader Salza (1901: 334).

c. imagen solamente
d. color combinado con imágenes
e. colores combinados con imágenes y letras
f. imágenes usadas en conjunción con letras.

Justifica la importancia del color diciendo que aunque el hombre puede pintar cosas visibles, corporeas, a través de imágenes, necesita también comunicar cosas incorpóreas, por ejemplo, las emociones. Y el color es idóneo para conseguir esto; las emociones se representan con el color, y las palabras pueden representar ambas cosas. Así como una empresa puede contener color, pero es sólo con fines decorativos y no añade nada al significado, en las libreas el color es importante.

De esto mismo se hace eco Juan de Horozco, primer español que trata de manera teórica la materia simbólica de los emblemas o empresas, y en sus *Emblemas morales*, (1589), cap. XXXV «De las colores, y de lo que por ellas se significaba», precisa:

> Tienen su lugar en lo que tratamos las colores de las cuales se han introducido las **significaciones en las que se llaman libreas**, y por esto no se excusa decir algo de ellas; y lo primero es del blanco que significa la luz, y en razón de esto lo bueno que delante de todos puede parecer y se deja ver, al contrario de lo que es malo y se encubre. [Por ello también significa pureza y castidad]. El color negro por el contrario significa lo que es malo. El pardo significa el trabajo por ser la color de la tierra dada en herencia a los hombres para trabajar en ella. El verde es esperanza por ser la color de las mieses cuando prometen el fruto con que se sustenta la tierra. Lo amarillo es contrario de la esperanza por el mismo respecto cuando esto que es verde se marchita, y seca. Del dorado se dice que es firmeza por ser el metal de más perfección, y que en el fuego no se gasta, antes se purifica. Del encarnado se dice que es crueldad por la alusión del vocablo en que se dice encarnizar, y el propio de las bestias fieras. El Azul de la misma manera significa celos, por la alusión del vocablo, y por la semejanza que tiene con las aguas del mar era señal de ellas. Leonado es congoja, y no hallo otra razón sino es el terror que este animal pone en los demás con su vista o con su bramido. El colorado, por la semejanza que tiene con la sangre, dice la venganza.

Respecto a los tiempos apropiados para las libreas, Ruscelli dice que sólo deberían usarse en guerra (real o ficticia), o sea incluyendo justas y torneos, aunque las cuadrillas de hombres nobles y gente de autoridad podía usarlas en cualquier momento. Dónde usar las libreas también dependía del rango y circunstancias: por ejemplo, mientras que en una multitud de lugares (desde la vestimenta a los estandartes) se consideraban apropiados, Ruscelli establece que las versiones que incluyen figuras no deben llevarse en piernas o brazos, a no ser por sirvientes.

También precisa Ruscelli que las libreas, con frecuencia, se llevaban sólo una vez, y en medio de una multitud de gente, de modo que había poco tiempo para captar su significado, y se añadían los motes para clarificar su sentido. Dado el contexto, Ruscelli avisa de que los motes deben ser cortos y preferiblemente en lengua vernacula. Otros tipos de invenciones eran las *cifras*, rebuscadas por lo general, y desdeñadas por Ruscelli como propias de acciones «juveniles».

Muy interesantes también son las precisiones de Ruscelli sobre la naturaleza individual de las empresas, que no eran hereditarias y no debían ser usadas por los parientes del que las llevaba, ya estuviera vivo o muerto. Una empresa era una declaración de intenciones personal y por lo tanto inapropiada para ser usada por alguien que no fuera la persona a la que únicamente perteneció.

Ruscelli explica, sin embargo, que una empresa que expresa algún hecho glorioso puede pasar al uso en la familia, pero que los descendientes del portador original sólo deben usarla por medio de «participación». En tal caso, la invención se incorporaba al escudo de armas familiar. Ruscelli da el ejemplo de la empresa de Carlos V, *Plus ultra*. Su hijo, Felipe II, pudo emplear esta divisa sólo mediante participación, conservándola para eterna memoria de su padre. No podría, en manos de Felipe, funcionar como *impresa corrente*, pues una empresa ha de llevar con ella algún deseo de esperanza de conseguir ciertas intenciones, y las intenciones expresadas en la empresa de Carlos V ya se habían conseguido. Cada nuevo miembro familiar debería hallar su propia empresa, para expresar sus propias aspiraciones.

Muchos de los utensilios en que se exhibían las empresas y otras marcas de identidad (vestimenta, joyas, bordados, muebles, esgrafiado en fachadas de edificios, etc.) han sucumbido a los embates del tiempo. Parte de las invenciones de las que hemos tratado formaban parte de un tipo de arte efímero o decorativo que no ha resistido el paso de los siglos. Sin embargo, algunos torneos y otras fiestas cortesanas de ocasiones muy significadas, fueron descritos con detalle en relaciones que a veces llegaron a la imprenta, aunque muchas quedaron manuscritas, y son una preciosa fuente de información para nosotros.

Otras fuentes interesantes a que podemos acudir para recuperar la cultura de las empresas y otros signos de identidad son las relaciones festivas, descripciones de cronistas de la ciudad donde se realizó el evento, o de cronistas encargados específicamente de la relación por parte de un noble, de los comisarios del festejo o de una corporación, despachos de embajadores extranjeros, correspondencia privada entre nobles o de participantes o espectadores. Halagaría, además, este tipo de publicaciones, a los protagonistas de los hechos, pues aparecen siempre descritos con minuciosidad admirativa. Sin temor a ser exagerados podíamos decir que estas relaciones festivas eran la revista *Hola* del Siglo de Oro, donde se dejaba testimonio de demostraciones de grandeza, de cultura, de ingenio y talento, de agudeza, de poder económico…

Estas relaciones tienen la mayor parte de las veces un carácter de justificación informativa que se colige de las numerosas relaciones manuscritas enviadas a la Corte cuando las ciudades no podían costear la edición de un libro, y deseaban que quedara testimonio fehaciente de la forma y procedimiento con que había sido resuelta una ceremonia previamente encargada o, en caso de haber partido la iniciativa del gobierno local, dar testimonio de lo leales que eran a la corona, esperando conseguir mercedes.

También conviene tener en cuenta como fuente del estudio de estos géneros simbólicos la correspondencia privada de damas que por una u otra razón escribían a su familia relatando minuciosamente los festejos cortesanos (así se encuentran en los archivos de nobleza cartas de jóvenes señoras desplazadas con las reinas de la casa de Austria o

de Valois a Madrid, que relatan a sus madres o hermanas –en Viena o París– los detalles festivos cortesanos, hoy de extraordinario valor para nosotros.

Durante mucho tiempo, estos «linajes de aguda invención», como los denominaba Gracián en su tratado sobre la agudeza, han padecido resignadamente el olvido de los estudiosos, cuyos campos de investigación estaban constreñidos por rígidas fronteras. Hoy, un inusitado interés por los estudios culturales demandan un mayor conocimiento de aspectos de la cultura de los Siglos de Oro que involucran la cultura clásica, la imagen y la literatura al servicio del ingenio. Se hace urgente, pues, eliminar lindes que nunca existieron en los siglos pasados para que podamos integrar estos conocimientos de la imagen que enriquecen y complementan los que como filólogos perseguimos. Comprender mejor los textos y la producción literaria de una época requiere saber lo que los protagonistas de esa época sabían y estimaban.

Bibliografía

Abd-el-Kader Salza (1901): «Imprese e divise d'arme e d'amore nell' *Orlando furioso*», *Giornale Storico della Letteratura Italiana*, XXXVIII.

Berreby, David (2006): *Us and them: Understanding your Tribal Mind*, London, Hutchinson (la primera edición en New York: Little, Brown and Co, 2006).

Bouzy, Christian (1992): «'Ab insidiis non est prudentia' ou le bal emblématique du serpent et de l'araignée», en Marie Roig Miranda (ed.), *De la Péninsule Ibérique à l'Amérique Latine. Mélanges en l'honneur de Jean Subirats*, Nancy, Presses Universitaires, pp. 59-70.

Caldwell, Dorigen (2001): «Studies in Sixteenth-Century Italian 'Imprese'», en *Emblematica. An Interdisciplinary Journal for Emblem Studies*, 11, pp. 1-257, nota 20.

Casás Otero, Jesús (2004): *Los sambenitos del Museo Diocesano de Tui,* Tui, Ed. Museo Diocesano.

López Poza, Sagrario (2006): «Los libros de emblemas y la imprenta», *Lectura y signo. Revista de Literatura,* 1, pp. 177-199.

– (2008a): «Linajes de aguda invención figurada: las empresas», en *Paisajes emblemáticos: la construcción de la imagen simbólica en Europa y América,* 2 vol. Mérida, Editora Regional de Extremadura, vol I, pp. 17-63.

– (2008b): «*Los Emblemas del Conde de Guimerá*», en *Mecenazgo y Humanidades en tiempos de Lastanosa*, Aurora Egido y José Enrique Laplana (eds.), Zaragoza, Instituto de Estudios Altoaragoneses e Institución «Fernando el Católico», pp. 451-457.

– (2008c): «Las empresas de Giacomo Saporiti a las heroicas hazañas del duque de Osuna, virrey de Sicilia», en *Imagen y Cultura. La interpretación de las imágenes como Historia cultural*, Rafael García Mahíques y Vicent Francesc Zuriaga Senent, eds. 2 vols. Valencia, Biblioteca Valenciana, vol. II, pp. 973-988.

Rubió, J. (1960): «Alfonso V y la espiritualidad del Renacimiento», en *Estudios sobre el Magnánimo con motivo del quinto centenario de su muerte*, Barcelona, pp. 158-159.

Wind, Edgard (1977): *Misterios paganos del Renacimiento*, Madrid, Alianza.