

## (Re)significar la *pictura*: La representación de las reinas en la literatura emblemática

### (Re)signify the picture: The representation of Queens in the Emblematic Literature

Isabel ESCALERA FERNÁNDEZ

*Universidad de Valladolid*

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6916-5741> / [isabel.escalera@uva.com](mailto:isabel.escalera@uva.com)

DOI: <http://dx.doi.org/10.18002/da.v0i20.6388>

Recibido: 15-XI-2020

Aceptado: 25-III-2021

**RESUMEN:** El campo de la literatura emblemática ha sido relegado durante años por ser un “arte menor”. No obstante, han comenzado a surgir estudios que reivindican el papel que jugaba la emblemática. Así pues, el principal objetivo de este estudio es mostrar cómo las reinas también se sirvieron de la emblemática como un alarde de propaganda donde la *virtus* era la protagonista.

**Palabras clave:** Literatura emblemática, reinas, propaganda, *virtus*.

**ABSTRACT:** The field of Emblematic’s Literature has been relegated for many years due to their status of “minor art”. Notwithstanding, arising studies have begun to claim the role that emblematic played. Thus, the main objective of this study is to show how Queens used the emblematic as a form of propaganda where the principal character was the *virtus*.

**Keywords:** Emblematic literature; Queens; propaganda; *virtus*.

## INTRODUCCIÓN

La unión que se genera entre texto e imagen ha sido una constante desde los albores de la humanidad, sin embargo, no fue hasta el siglo XVI cuando alcanzó su cénit<sup>1</sup>. A pesar de que en la Antigüedad Clásica encontramos autores que alaban el sentido de la vista<sup>2</sup>, durante la Edad Media el oído y el

tacto adquirieron primacía en detrimento de lo visual. Empero, a comienzos del XVI la epistemología formuló la posibilidad de alcanzar el conocimiento a partir de lo visual<sup>3</sup>. De este modo, el nacimiento de la literatura emblemática ha recibido la atención de diversas escuelas y visiones del mundo, tales

---

tramos en los textos de Aristóteles: “[...] preferimos la vista, por decirlo así, a todos los otros. Y la causa en que, de los sentidos, éste es el que nos hace conocer más, y nos muestra muchas diferencias”. Aristóteles, *Metafísica* (Madrid: Gredos, 2012), 3.

<sup>3</sup> Sebastián, *Emblemática...*, 11.

---

<sup>1</sup> Santiago Sebastián, *Emblemática e Historia del Arte* (Madrid: Cátedra, 1995), 11.

<sup>2</sup> Un indicador de la especial atención que cobró el sentido de la vista en la Antigüedad Clásica lo encon-

como el neoplatonismo, el hermetismo e incluso el principio de *ut pictura poesis* donde *res quandoque significant*, es decir, las cosas —entendiendo por “cosas” las imágenes— significan algo<sup>4</sup>.

Precisamente dichas imágenes las encontramos en el género de la Emblemática, el cual ha sido abandonado durante décadas por los investigadores<sup>5</sup>. Sin embargo, en los últimos años ha habido un aumento considerable de estudios por parte de los historiadores del Arte y la Literatura<sup>6</sup>. Dentro del mismo se engloban múltiples componentes, no obstante, nuestro interés se centra fundamentalmente en las empresas, conocido como un género proto-emblemático<sup>7</sup>. Si la literatura emblemática posee un carácter eminentemente político, las empresas también lo tendrán<sup>8</sup>. Así pues, fue habitual que los miembros más relevantes de la sociedad se hicieran con una empresa que albergara su ideal de vida<sup>9</sup>. Las reinas no permanecieron indiferentes a esta cuestión e hicieron gala de sus virtudes y su poder a través de ellas<sup>10</sup>. Pese a que se han realizado diversos estu-

dios sobre las empresas pertenecientes a los reyes, lo cierto es que encontramos un vacío historiográfico en cuanto reinas se refiere. Quizá, uno de los trabajos más destacados ha sido el de Nieves Pena Sueiro, quien analiza la obra *Empresas de los Reyes de Castilla*<sup>11</sup>.

Este estudio parte del libro de Francisco Gómez de la Reguera<sup>12</sup>, donde encontramos treinta y cuatro empresas de reyes y reinas, sin embargo, estas no están dispuestas en orden cronológico hasta el reinado de Carlos V. Así pues, hemos decidido escoger las empresas de cuatro reinas que aparecen y compararlo con las empresas que Jacobus Typotius —uno de los modelos que siguió Gómez de la Reguera para la creación de sus empresas— incluyó en su obra *Symbola divina y humana*<sup>13</sup>, donde destaca la figura de Catalina de Médici. Así pues, mostraremos las similitudes y diferencias existentes entre las empresas de las reinas de la Monarquía Hispánica y las de la reina francesa atendiendo a criterios formales y conceptuales.

## CONTENIDO DE LAS EMPRESAS

La propietaria de la primera empresa es Isabel de Portugal, quien se casó en 1526 con el futuro Carlos V. La portuguesa tuvo que abandonar su hogar y atravesar la frontera hispano-lusa con objeto de celebrar su enlace matrimonial<sup>14</sup>. A diferencia de otras empresas, donde eran los propietarios quie-

<sup>4</sup> María Paz López-Peláez, “La literatura emblemática en una educación universitaria de corte posmoderno”, *Teoría de la Educación*, vol. 26, n.º 1 (2014), 105.

<sup>5</sup> Fernando R. de la Flor, *Emblemas. Lecturas de la imagen simbólica* (Madrid: Alianza Editorial, 1995), 21.

<sup>6</sup> Sagrario López Poza, “Los estudios sobre emblemática: logros, perspectivas y tendencias de investigación”, *Signo. Revista de Historia de la cultura escrita*, n.º 6 (1990), 82.

<sup>7</sup> Sagrario López Poza, “Empresas, emblemas, jeroglíficos: agudezas simbólicas y comunicación conceptual”, en *La aparición del periodismo en Europa. Comunicación y propaganda en el Barroco*, ed. por Roger Chartier y Carmen Espejo (Madrid: Marcial Pons Historia, 2012), 60.

<sup>8</sup> De la Flor, *Emblemas...*, 23.

<sup>9</sup> En este sentido cabe citar el artículo de Patricia Andrés González, “La emblemática al servicio de la propaganda: Palafox y Mendoza y sus Obras completas”, *Semata: Ciencias sociales e humanidades*, n.º 23 (2011), 171-188.

<sup>10</sup> Inmaculada Rodríguez Moya y Víctor Mínguez, *El retrato del poder* (Castellón: Universidad Jaume I, 2019), 9-14.

<sup>11</sup> Nieves Pena Sueiro, “Las Empresas de los reyes de Castilla de Francisco Gómez de la Reguera a la luz de un nuevo testimonio”, *Boletín de la Real Academia Española*, n.º 300 (2009), 343-363.

<sup>12</sup> Francisco Gómez de la Reguera, *Empresas de los reyes de Castilla y de León*. ed. por César Hernández Alonso (Valladolid: Secretariado de Publicaciones de la Universidad, 1990).

<sup>13</sup> Jacobus Typotius, *Symbola Divina & Humana Pontificum, Imperatorum, Regum*. Accessit brevis & facilis Isagoge. [s.n.], 1666.

<sup>14</sup> María José Redondo Cantera, “Arte y suntuosidad en torno a la emperatriz Isabel de Portugal”, *Ars & Renovatio*, n.º 1 (2013), 112. <http://www.artedelrenacimiento.com/images/ARSRENOVATIO2013/Arte%20y%20suntuosidad%20emperatriz%20Isabel%20de%20Portugal.pdf>.

nes las encargaban, esta fue requerida por su esposo. Así pues, en el centro de la composición encontramos a tres mujeres jóvenes sin atavíos y sujetando en sus manos distintos vegetales, entre los que destacan una rama de rosal, ramas de encina y mirto. Dichas mujeres conformarían el grupo iconográfico conocido como Las Tres Gracias o Cárites, las cuales han sido representadas en innumerables ocasiones a lo largo de la historia, no solo artísticamente, sino también aludiendo a ellas en la literatura. No obstante, ¿por qué se escogieron Las Tres Gracias para personificar a Isabel de Portugal? Gómez de la Reguera nos dice lo siguiente en la *subscriptio*:

“Las tiernas gracias que en unión hermosa  
en lanzaron los genios tan hermanas,  
te presentaron en tu cuna ufanas,  
la encina, el mirto y la purpurea rosa;  
En esa encima sucedieron dichosa,  
en el mirto mil gracias soberanas,  
y en la purpurea rosa a tus humanas  
prendas dulce beldad siempre amorosa;  
Con tus gracias, las gracias excediste,  
mas de ti como humanas despreciadas  
a otras mas celestiales te destinas;  
Con heroicas virtudes las venciste,  
que estas las gracias son más estimadas,  
con que a una eterna gloria te encaminas”<sup>15</sup>.

De igual modo, el significado de la empresa lo completa el mote “HAS HABET ET SUPERAT”, que significa: “las tiene y las supera”<sup>16</sup>. En origen, Las Tres Gracias eran Aglaia, Talia y Eufrosina, las cuales representaban los conceptos de majestad, belleza y júbilo. Cuando Gómez de la Reguera señala en su verso “con tus gracias, las gracias excediste” indica que la reina ha superado ampliamente las características que poseen las Cárites, algo que reitera en la explicación

de la empresa cuando afirma: “[...] como estuvieron con tanta excelencia en nuestra Emperatriz. La majestad para ser respetada. La hermosura y el agrado para hacerse amable a todos y la alegría y gozo para que en ella lean los vasallos el gusto con que los ama quando llegaren con ruegos en sus necesidades”<sup>17</sup>.

En definitiva, a través de dicha empresa la reina se muestra como alguien con tanta virtud que ha superado incluso a Las Tres Gracias. El hecho de representar las virtudes de las reinas era algo frecuente en la literatura emblemática, por lo tanto, no es algo aislado que podamos contemplar en las empresas de Gómez de la Reguera, sino que la propia empresa del arcoíris de Catalina de Médici –empresa que explicaremos con detalle posteriormente– también ejemplifica su virtud, en cuyo caso era la tranquilidad.

A continuación, encontramos otra empresa que tiene como propietaria a Isabel de Valois, quien fue la tercera esposa de Felipe II. En ella aparece un sol faciado a la izquierda y una luna, también faciada, a la derecha. Ambos cuerpos celestes están, a su vez, rodeados de múltiples estrellas que resplandecen. En la parte superior una corona remata la composición. En cuanto al mote, “IAM FELICITER OMNIA”, es decir, “ya todo se ve felizmente”<sup>18</sup>. Gómez de la Reguera indica lo siguiente en la *subscriptio*:

“El Sol y Luna en una misma esfera,  
el fin temor de eclipsi, ella amorosa,  
ya lleno el orbe de su luz hermosa,  
que el mundo con obsequios les venera.  
Cuando ella sola con su luz pudiera,  
emula ser del sol vana gloriosa,  
cediendo luces e unión dichosa,  
firme del Sol amante persevera.  
Ya que todo se ve dichosamente,

<sup>15</sup> Francisco Gómez de la Reguera, *Empresas de los Reyes de Castilla* (1695), 133.

<sup>16</sup> Sagrario López Poza, “HAS HABET ET SUPERAT”, en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDISO (Biblioteca Digital Siglo de Oro) <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/184>.

<sup>17</sup> Gómez de la Reguera, *Empresas...*, 133-134.

<sup>18</sup> Este mismo lema es usado por su esposo, Felipe II. Sagrario López Poza, “IAM ILLUSTRABIT OMNIA”, en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDISO (Biblioteca Digital Siglo de Oro), <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/163>.

que el suelo Hiberio de esplendor se baña que feliz la abundancia y paz se siente”<sup>19</sup>.

Ambos cuerpos celestes son la personificación de los monarcas, Felipe II sería el sol, mientras que Isabel de Valois la luna<sup>20</sup>. Si bien es cierto que los reinos de España y Francia habían estado sometidos a constantes pugnas entre ellos, esta empresa venía a mostrar la paz que se podía alcanzar por medio de los esponsales<sup>21</sup>. Aunque *a priori* el matrimonio de conveniencia no tenía por qué implicar un sentimiento amoroso entre los cónyuges, lo cierto es que parece ser que tanto Felipe II como Isabel de Valois terminaron amándose<sup>22</sup>. Algo similar ocurrirá con el matrimonio del futuro Felipe IV e Isabel de Borbón<sup>23</sup>. Pese a que Gómez de la Reguera no menciona nada del amor que ambos se profesaban, sí que alude al fin pacificador que dicha unión suponía para ambos reinos, “que por medio deste casamiento, se había de gozar una paz felicísima, uniéndose estos dos reinos”<sup>24</sup>.

El empleo de cuerpos celestes en el arte ha sido recurrente<sup>25</sup>, de igual modo que lo

<sup>19</sup> Gómez de la Reguera, *Empresas...*, 188.

<sup>20</sup> Sagrario López Poza, “IAM FELICITER OMNIA”, en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDISO (Biblioteca Digital Siglo de Oro), <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/185>.

<sup>21</sup> Víctor Mínguez, “La metáfora lunar: la imagen de la reina en la emblemática española”, *Millars: Espai i historia*, nº 16 (1993), 30-31.

<sup>22</sup> Nieves Pena Sueiro, “Las empresas de las reinas de Castilla (1504-1611)”, en *Emblemática trascendente: hermenéutica de la imagen, iconología del texto*, coords. Rafael Zafra y José Javier Azanza (Navarra: Universidad de Navarra, 2011), 645.

<sup>23</sup> Isabel Escalera Fernández, “Poder (des)velado: la reina Isabel de Borbón”, en *De la reina al carpintero. Biografías de época moderna, entre la historia y la literatura*, ed. por Rafael Massanet Rodríguez, Miguel Garí Pallicer y Francisco José García Pérez (Madrid: Sínderesis, 2020), 143.

<sup>24</sup> Gómez de la Reguera, *Empresas...*, 190.

<sup>25</sup> Alejandro García Avilés, “Arte y astrología en Salamanca a finales del siglo XV”, *Anuario del Departamento de Historia y Teoría del Arte*, nº 6 (1994), 39-60.

ha sido en la literatura emblemática, donde podemos señalar la empresa de Martín I de Aragón o la de Felipe III de España, protagonizadas por globos terráqueos. De esta manera, no resulta extraño encontrar el empleo reiterado de cuerpos celestes en otras empresas de procedencia distinta a la Monarquía Hispánica. Cabe subrayar como prototipo la empresa de Catalina de Médici, esposa de Enrique, duque de Orleans y futuro rey de Francia tras la muerte del monarca Francisco I. Catalina de Médici fue la propietaria de varias empresas, empero, tuvo una protagonizada por un cuerpo celeste: el arcoíris. En ella encontramos parecidos con otras empresas de la Monarquía Hispánica, sin embargo, también hallamos desemejanzas propias de una empresa de procedencia francesa<sup>26</sup>.

En lo que concierne a la composición, en el centro de la *pictura* hace su aparición un arcoíris coronado que destaca sobremanera en un cielo cubierto de nubes. Por lo tanto, este fenómeno tanto óptico como meteorológico se impone sobre la tormenta. Así lo explicó Girolamo Ruscelli en *Le imprese illustri con espositioni et discorsi del Sor Ieronimo Ruscelli*: “Dell’ Arco celeste è cosa nota à ciascuo, che venendo nelle piogge, & nelle tempeste apporta sempre la serenità del Cielo. Onde i Poeti, dissero che quella era un’ancilla, ò messaggiera della Dea Giunone, per la quale intendeuano l’Aere”<sup>27</sup>, donde señala que después de la tormenta viene la calma.

Si bien es cierto que *a priori* no encontramos disimilitudes con las empresas de las reinas de la Monarquía Hispánica, lo cierto es que mientras que las empresas de estas últimas empleaban el latín en su mote, en la de Catalina de Médici se prescinde del mismo y se sirve del griego para personificarse. El hecho de escoger el griego para el *motto* fue

<sup>26</sup> Víctor Mínguez Cornelles, “Iam feliciter omnia. Una divisa política para Isabel de Valois (1560)”, en *El sol de occidente: sociedad, textos, imágenes simbólicas e interculturalidad*, ed. por Carme López Calderón y Manuel Monterroso Montero (Andavira: Universidad de Santiago de Compostela, 2020), 71-89.

<sup>27</sup> Girolamo Ruscelli, *Le imprese illustri con espositioni, et discorsi* (Venecia: Francesco Rampazetto, 1566), 32.

algo habitual durante el reinado de Francisco I de Francia, así lo señala Palliser cuando sostiene que: “In the reign of Francis I [...], the fashion began of employing Greek letters for the name. [...] Catherine de Medicis used the double k. It is to be seen on some locks, and other ironwork, with the device of the rainbow [...] and she adopted, with many of her contemporaries, Greek mottoes for her impresses”<sup>28</sup>.

Finalmente, coronando la *pictura* leemos “ΦΩΣ ΦΕΡΟΙ ΤΗΔΕ ΓΑΛΗΝΗΝ”, cuya traducción sería “Que la luz traiga ya la serenidad”<sup>29</sup>. Una vez más se subraya la serenidad de la reina Catalina de Medici, cuyo ánimo es capaz de soportar incluso las más adversas tormentas. El aplomo y la tranquilidad que demuestra la italiana formarían parte del carácter virtuoso de esta, algo que está en relación con la empresa de Isabel de Portugal que mencionábamos al inicio<sup>30</sup>.

Al igual que era frecuente el empleo de cuerpos celestes en las empresas, también lo era el uso de animales. Son múltiples y variadas las referencias a bestias en la literatura emblemática, tanto fue así que Saavedra Fajardo en sus *Empresas Políticas* menciona “la sierpe de metal, la zarza encendida, el vellocino de Gedeón, el león de Sansón [...], qué son sino Empresas”<sup>31</sup>. Igualmente, Juan de Horozco y Covarrubias a lo largo de sus *Emblemas morales* confirma la aparición en los

emblemas de dichas bestias<sup>32</sup>. De este modo, podemos observar que desde comienzos del siglo XVI los tratadistas se refirieron a estos motivos teriomórficos como algo habitual. En síntesis, sus propietarios se sirvieron de animales para personificarse, algo que queda subrayado por la tendencia a eliminar el cuerpo humano de las *picturae*<sup>33</sup>.

Ana de Austria, cuarta y última esposa de Felipe II, es la titular de una empresa que tiene en su composición dos tipos de animales: una tórtola y una serpiente enroscada. El hecho de que este reptil se esté mordiendo la cola y cree un círculo nos indica que se trata de un *ouroboros*, jeroglífico ampliamente difundido por Horapolo, el cual posee una profunda significación metafísica. Los egipcios pensaban que el *ouroboros* era una de las imágenes más excelsas por su cariz eterno. Además, esta representación fue mirada con buenos ojos por el neoplatonismo, ya que fue capaz de personificar el orden natural y eterno, así podemos decir que todo principio tiene un fin y todo fin tiene un comienzo<sup>34</sup>. En *subscriptio* podemos leer lo siguiente:

“Tortola amante a su adorado esposo,  
tierna con vida y amorosa llama,  
al talamo feliz, que en verde rama,  
de rosas y jazmin tegio oloroso.  
Amor que oyo dulce voz piadoso,  
con el sagrado fuego que derrama,  
alentando en dos pechos una llama,  
unió una alma a dos vidas amoroso.  
En esta dulce unión solo quisiera,  
Feniz en tanto Sol de luz vestida  
que eterno para amarte mi amor fuera.  
Mas fiel alma a este amor se mira unida,  
y esta inmortal al Cielo persevera,

<sup>28</sup> Fanny Bury Palliser, *Historic Devices, Badges, and War-Cries* (Londres: Sampson Low, Son & Marston, 1870), 124.

<sup>29</sup> Sagrario López Poza, “ΦΩΣ ΦΕΡΟΙ ΤΗΔΕ ΓΑΛΗΝΗΝ [PHOS PHEROI EDE GALENEN]”, en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDISO (Biblioteca Digital Siglo de Oro, <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/186>).

<sup>30</sup> Sagrario López Poza y Nieves Pena Sueiro, “Divisas o empresas históricas de damas. Algunos testimonios (siglos XV y XVI)”, *Imago: revista de emblemática y cultura visual*, n.º 10 (2018), 75-97 <https://ojs.uv.es/index.php/IMAGO/article/view/13155/13002>.

<sup>31</sup> Diego Saavedra Fajardo, *Empresas políticas* (Barcelona: Planeta, 1988), 8.

<sup>32</sup> Juan de Horozco y Covarrubias, *Emblemas morales*. Ed. por Carmen Bravo Villasante (Madrid: Fundación Universitaria Española, 1978).

<sup>33</sup> José Julio García Arranz, *Symbola et emblemata avium, Las aves en los libros de emblemas y empresas de los siglos XVI y XVII* (A Coruña: SILAE, 2010), 34-35.

<sup>34</sup> Filippo Picinelli, *El mundo simbólico. Serpientes y animales venenosos. Los insectos* (México: El Colegio de Michoacán-Conacyt, 1999), 26.

será eterna en mi amor tu dulce vida”<sup>35</sup>.

Su *motto* es “AETERNO CONIUGI”, es decir, “a la eternidad de su esposo”<sup>36</sup>. Retomando el significado de la eternidad que hemos mencionado anteriormente al referirnos al *ouroboros*, parece que este cumple perfectamente su función al estar complementado por su *inscriptio*<sup>37</sup>. De tal forma que tanto la serpiente como el árbol, una encina, aluden a la inmortalidad, empero, no se trata generar una imagen perpetua de Ana de Austria, sino de su esposo Felipe II, tal y como afirma Gómez de la Reguera: “[...] Todo esto es símbolo de Felipe Segundo [...]. También significa el tiempo, quizá por los años en que se hallaba su edad, quarenta y tres. [...] Todo esto en un árbol de encima, que significa perpetuidad y firmeza. Será el concepto que se dedica toda a su Esposo y Dueño, como amante, como dichosa y como reconocida a las obligaciones de Esposa: que ninguna mayor que el Amor y obsequio, deseándole una eterna felicidad en la sucesión que espera tener: pues se hace eterno un Príncipe en sus hijos y descendientes”<sup>38</sup>.

Como bien hemos indicado con anterioridad, el uso de bestias en las empresas era algo extendido, no solo en aquellas protagonizadas por miembros de la Monarquía Hispánica, sino que podemos contemplarlo en la de Catalina de Médici, en cuyo centro resplandece una estrella de ocho puntas que, a su vez, es circundada por una serpiente que se muerde la cola. Además, dicha serpiente es coronada y remata la composición una filacteria donde leemos: “FATO PRUDENTIA MAIOR”, es decir, “la prudencia supera al destino”<sup>39</sup>.

<sup>35</sup> Gómez de la Reguera, *Empresas...*, 193.

<sup>36</sup> José Julio García Arranz, Sagrario López Poza, “AETERNO CONIUGI”, en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDI-SO (Biblioteca Digital Siglo de Oro). <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/46>.

<sup>37</sup> Pena, “Las empresas...”, 646.

<sup>38</sup> Gómez de la Reguera, *Empresas...*, 194.

<sup>39</sup> Sagrario López Poza, “FATO PRUDENTIA MAIOR”, en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDI-

Además de la eternidad, el *ouroboros* es un jeroglífico muy recurrente cuando se trata de alentar al hombre a realizar un examen de conciencia, puesto que la serpiente vuelve sobre sí misma, es decir, revisa sus acciones constantemente al finalizarlas. El propio Séneca confirmó la importancia de realizar un examen de conciencia: “Sextio: cuando terminaba el día; en el momento de entregarse al descanso de la noche, examinaba su conciencia: ¿De qué defecto te has curado hoy? ¿qué vicio has combatido? ¿en qué has mejorado? La ira se calmará y hará más moderada cuando sepa que diariamente ha de comparecer ante un juez. ¿Qué cosa más bella que examinar de esta manera cada día? ¡qué sueño el que sigue a este examen de las acciones! ¡cuán tranquilo, profundo y libre, cuando el alma ha recibido su alabanza o reconvención, y, sometida a su propio examen, a su propia censura, ha hecho secretamente el proceso de su conducta!”<sup>40</sup>.

El matiz secreto del *ouroboros* al ocultar su cabeza posee de igual modo otro significado, la prudencia, y es que, al recogerse sobre ella, medita sus acciones antes de ejecutarlas. Por lo tanto, la empresa de Catalina de Médici simbolizaría tanto la prudencia de la reina como el examen de conciencia que realiza, todo ello en aras de conseguir la virtud<sup>41</sup>. En suma, el empleo de motivos teriomórficos en las empresas es otra de las semejanzas que encontramos.

Igualmente, debemos destacar el cariz amoroso que posee la empresa de Ana de Austria, puesto que la tórtola “ave consagrada a Venus, representa el amor y la fidelidad de la reina amante de su esposo. El alma de

SO (Biblioteca Digital Siglo de Oro), <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/187>.

<sup>40</sup> Lucio Anneo Séneca, *De la ira*. Ed. Por Carles Cardó (Barcelona: Editorial Catalana, 1924).

<sup>41</sup> Sobre la virtud destaca el texto de Inmaculada Rodríguez Moya, “Las reinas santas y el retrato de la divina Isabel Clara Eugenia”, en *La Piedad de la Casa de Austria. Arte, dinastía y devoción*, coord. por Víctor Mínguez e Inmaculada Rodríguez Moya, (Asturias: TREA, 2018), 247-270.

la empresa será, pues, el amor eterno que la reina profesará a su esposo"<sup>42</sup>. Dicho significado amoroso está presente también en otra de las empresas de Catalina de Médici, la que tiene como mote "LACRIME HINC, HINC DOLOR", cuya traducción sería "De aquí las lágrimas, de aquí el dolor"<sup>43</sup>. Ambas tienen como protagonistas a sus esposos –en el caso de Ana de Austria ya hemos visto el motivo referido a Felipe II–, no obstante, en la *pictura* de esta última empresa encontramos una lanza, como las que se utilizan en los torneos, partida a la mitad. Remite al desasosiego que sintió Catalina de Médici por el fallecimiento de su esposo, debido a que Enrique II de Francia fue herido en un torneo cuando una astilla de la lanza de su contrincante se le clavó en el ojo. Jacobus Typotius menciona en su libro de empresas el dolor a causa del accidente en la justa "Lancea igitur rupta, lacrymas conjugi movit: consternata enim est [...]"<sup>44</sup>. En consecuencia, la presencia de sentimientos amorosos también hace su aparición en la de Catalina de Médici, aunque esta se refiera a un sentimiento amoroso referido al dolor y la de Ana de Austria al sentimiento de dotar de eternidad a su marido a través de su linaje.

Por último, debemos mencionar una característica formal que acerca a todas estas empresas y es que en muchas ocasiones se valieron de alhajas para remarcar el poder que tenían acorde a su posición. Una de las empresas más llamativas en este sentido es la de Margarita de Austria, esposa de Felipe III, la cual se muestra personificada en una concha con una gran perla elevada en el centro de la composición por tres cetáceos que poseen un cariz fantástico. En las esquinas superiores, además, aparecen dos cabezas de niños –a modo de querubines– que exha-

lan con potencia en dirección a la perla. En la *subscriptio* leemos<sup>45</sup>:

"La concha hermosa, que en su copa bebe las cristalinas lágrimas que llora, antes que nazca el sol, la blanca aurora, y cuaja perlas en su nácar breve, para que tenga el esplendor que debe la bella Margarita que atesora, a los vientos expuesta la mejora céfiro blando con aliento leve. Así la más preciosa Margarita, de la corona de Austria joya amada, en mortal nácar a la perla imita, pues de celestes soplos ilustrada crecer a perfección quiere infinita, para ser perla en la mejor morada".

Especial atención debemos dedicar al mote de la empresa, "HIS LUSTRATIA PERFECTOR", cuya traducción sería "purificada por estos, se perfecciona"<sup>46</sup>. Debemos tener en cuenta el juego de palabras existente entre Margarita y perla, ya que Margarita se valió del significado de su nombre para su empresa. El propio Alfonso de Palencia en su *Universal vocabulario en latín y en romance* indica que la margarita es "principal de las piedras preciosas blancas; hállase en unas conchuelas del mar; [...] son margaritas conchas del mar"<sup>47</sup>. Gómez de la Reguera escribió lo siguiente sobre el juego de palabras: "Conoció nuestra sancta y gloriosa reina doña Margarita cuán importante era este divino adorno de las virtudes a la corona real. Y siendo esta preciosísima margarita la joya mejor de la corona de Austria, no se juzgaba aún indigna della, sin estar adornada primero de las más excelentes virtudes, procurando tener todas las cosas en grado superior, como las tuvo, estando eclipsadas

<sup>42</sup> Pena, "Las empresas...", 646.

<sup>43</sup> Sagrario López Poza, "LACRIME HINC, HINC DOLOR", en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDISO (Biblioteca Digital Siglo de Oro), <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/193>.

<sup>44</sup> Jacobus Typotius, *Symbola Divina & Humana Pontificum, Imperatorum, Regum. Accessit brevis & facilis Isagogae*, ([s.n.], 1666), 80.

<sup>45</sup> Gómez de la Reguera, *Empresas...*, 212.

<sup>46</sup> José Julio García Arranz y Sagrario López Poza, "HIS LUSTRATA PERFECTOR", en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDISO (Biblioteca Digital Siglo de Oro), <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/265>.

<sup>47</sup> Alfonso de Palencia, *Universal vocabulario en latín y en romance*. Ed. Por John M. Hill (Madrid: Real Academia Española, 1956).

en esta purísima alma todas. A este fin encaminaba sus acciones y pensamientos y lo mostró en esta empresa, usando de su nombre en metáfora de perla<sup>48</sup>.

Asimismo, cuando Gómez de la Reguera señala “siendo esta preciosísima margarita la joya mejor de la corona”, es posible que aluda de manera indirecta a una de las joyas más importantes, el llamado joyel de los Austrias, el cual estaba conformado por la perla Peregrina y el diamante conocido como el Estanque<sup>49</sup>. La perla está indisolublemente unida a lo femenino, de esta manera, simboliza la perfección que se logra a través de la transmutación<sup>50</sup>. Todo ello parece indicar que Margarita deseaba pulir sus virtudes para llegar a refulgir como una perla<sup>51</sup>.

Respecto a Catalina de Médici, también podemos encontrar el uso reiterado de alhajas en sus empresas, de hecho, la orfebrería está presente en dos de las tres empresas que hemos mencionado con anterioridad. En ambos casos se trataría de una insignia regia que tiene como fin mostrar a los miembros de la realeza como una institución de origen divino y, por ende, dotados de un halo sagrado: la corona. Dicho elemento “constituyó no solo un signo externo de poder sino un atributo que contenía y transmitía el poder haciendo al gobernante legítimo”<sup>52</sup>. Tanto en la empresa “Que la luz traiga ya la serenidad” como en “La prudencia supera al destino” podemos observar las coronas, ambas situadas en la parte superior de la empresa, una coronando el arcoíris y la otra el *ourobo-*

*ros*. A pesar de que Margarita de Austria use una perla en su empresa, sí que encontramos otras como la de “Ya todo se ve felizmente” de Isabel de Valois donde el sol y la luna facados poseen una corona también. Resulta necesario hacer hincapié en el empleo de joyas en las empresas debido a que este campo ha sido fuertemente relegado en los estudios que se han realizado sobre literatura emblemática. De tal forma que tanto la joyería como las empresas se han visto menospreciadas al incluirse en el apartado de “artes menores”, no obstante, no debemos minusvalorarlo debido al potencial que ofrece.

## CONCLUSIÓN

En primer lugar, debemos incidir, una vez más, en la escasa atención que han despertado las empresas de las reinas en la Literatura emblemática. Sin embargo, las empresas tanto femeninas como masculinas están en consonancia, es decir, se concomitan. Prueba de ello son las empresas de Isabel de Valois y Felipe II, donde el Sol y la Luna representan la unión y los objetivos de dicho matrimonio.

Por otra parte, hemos podido constatar que las empresas de dichas reinas poseen diversas cosas en común, bien sean elementos simbólicos o formales. El objetivo final de estas era manifestar un rasgo distintivo que redundase en su beneficio y sirviese para sus propios fines. Así pues, parece claro que estas buscaron mostrar su posición –como era habitual en los círculos de poder– a través de las empresas, todo ello en un alarde de propaganda.

Tanto la imagen como el poder que emana de ella conllevan una significación, son capaces de trascender y con ello mantenerse incólume al paso del tiempo. De este modo, las capacidades de las reinas fueron subrayadas y empleadas como su propio *sigillum*. Asimismo, se insiste en la prudencia, la paciencia y el amor que estas mujeres profesaban a sus esposos. Gracias a la literatura emblemática se construyó una imagen de las reinas como *exemplum* virtuoso.

<sup>48</sup> Gómez de la Reguera, *Empresas...*, 213.

<sup>49</sup> Isabel Escalera Fernández, “Las joyas como emblema del poder. El caso de Isabel de Borbón”, en *Hacer historia moderna. Líneas actuales y futuras de investigación*, coord. por Juan José Iglesias e Isabel M.<sup>a</sup> Melero (Sevilla: Universidad de Sevilla, 2020), 1387.

<sup>50</sup> Marta Fajardo de Rueda, “Ordenanzas reales sobre la explotación de las perlas y de los metales preciosos”, *Ensayos. Historia y teoría del arte*, n.º 2 (1996), 282.

<sup>51</sup> Pena, “Las empresas...”, 648.

<sup>52</sup> Clara Delgado Valero, “La corona como insignia de poder durante la Edad Media”, *Anales de Historia del Arte*, n.º 4 (1993-1994), 755.

## BIBLIOGRAFÍA

- Andrés González, Patricia. "La emblemática al servicio de la propaganda: Palafox y Mendoza y sus Obras completas". *Semata: Ciencias sociais e humanidades*, n.º 23.
- Aristóteles. *Metafísica*. Madrid: Gredos, 2012.
- Bury Palliser, Fanny. *Historic Devices, Badges, and War-Cries*. Londres: Sampson Low, Son & Marston, 1870.
- De Horozco y Covarrubias, Juan. *Emblemas morales*. Editado por Carmen Bravo Villasanté. Madrid: Fundación Universitaria Española, 1978.
- De la Flor, Fernando R. *Emblemas. Lecturas de la imagen simbólica*. Madrid: Alianza Editorial, 1995.
- De Palencia, Alfonso. *Universal vocabulario en latín y en romance*. Editado por John M. Hill. Madrid: Real Academia Española, 1956.
- Delgado Valero, Clara. "La corona como insignia de poder durante la Edad Media". *Anales de Historia del Arte*, n.º 4 (1993-1994), 747-763.
- Escalera Fernández, Isabel. "Las joyas como emblema del poder. El caso de Isabel de Borbón". En *Hacer historia moderna. Líneas actuales y futuras de investigación*, coordinado por Juan José Iglesias e Isabel M.<sup>a</sup> Melero, 1382-1390. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2020.
- Escalera Fernández, Isabel. "Poder (des)velado: la reina Isabel de Borbón". En *De la reina al carpintero. Biografías de época moderna, entre la historia y la literatura*, editado por Rafael Massanet Rodríguez, Miguel Garí Pallicer y Francisco José García Pérez, 139-150. Madrid: Sínderesis, 2020.
- Fajardo de Rueda, Marta. "Ordenanzas reales sobre la explotación de las perlas y de los metales preciosos". *Ensayos. Historia y teoría del arte*, n.º 2 (1996), 281-295.
- García Arranz, José Julio. *Symbola et emblemata avium, Las aves en los libros de emblemas y empresas de los siglos XVI y XVII*. A Coruña: SILAE, 2010.
- García Arranz, José Julio y López Poza, Sagrario. "AETERNO CONIUGI", en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDISO (Biblioteca Digital Siglo de Oro). <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/46>.
- García Arranz, José Julio y López Poza, Sagrario. "HIS LUSTRATA PERFECTIOR", en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDISO (Biblioteca Digital Siglo de Oro). <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/265>.
- García Avilés, Alejandro. "Arte y astrología en Salamanca a finales del siglo XV". *Anuario del Departamento de Historia y Teoría del Arte*, n.º 6 (1994), 39-60.
- Gómez de la Reguera, Francisco. *Empresas de los Reyes de Castilla*. 1695.
- Gómez de la Reguera, Francisco. *Empresas de los reyes de Castilla y de León*. Edición y estudio de César Hernández Alonso. Valladolid: Secretariado de Publicaciones de la Universidad, 1990.
- López-Peláez Casellas, María Paz. "La literatura emblemática en una educación universitaria de corte posmoderno". *Teoría de la Educación*, vol. 26, n.º 1 (2014), 103-118.
- López Poza, Sagrario. "Los estudios sobre emblemática: logros, perspectivas y tendencias de investigación", *Signo. Revista de Historia de la cultura escrita*, n.º 6 (1990), 81-95.
- López Poza, Sagrario. "Empresas, emblemas, jeroglíficos: agudezas simbólicas y comunicación conceptual", en *La aparición del periodismo en Europa. Comunicación y propaganda en el Barroco*, editado por Roger Chartier y Carmen Espejo, 37-85. Madrid: Marcial Pons Historia, 2012.
- López Poza, Sagrario. "HAS HABET ET SUPERAT", en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDISO (Biblioteca Digital Siglo de Oro) <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/184>.

- López Poza, Sagrario. "IAM ILLUSTRABIT OMNIA", en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDISO (Biblioteca Digital Siglo de Oro), <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/163>.
- López Poza, Sagrario. "IAM FELICITER OMNIA", en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDISO (Biblioteca Digital Siglo de Oro), <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/185>.
- López Poza, Sagrario. "ΦΩΣ ΦΕΡΟΙ ΗΛΕ ΓΑΛΗΝΗΝ [PHOS PHEROI EDE GALENEN]", en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDISO (Biblioteca Digital Siglo de Oro), <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/186>.
- López Poza, Sagrario. "FATO PRUDENTIA MAIOR", en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDISO (Biblioteca Digital Siglo de Oro), <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/187>.
- López Poza, Sagrario. "LACRIME HINC, HINC DOLOR", en *Symbola: divisas o empresas históricas*. BIDISO (Biblioteca Digital Siglo de Oro), <https://www.bidiso.es/Symbola/divisa/193>.
- López Poza, Sagrario y Pena Sueiro, Nieves. "Divisas o empresas históricas de damas. Algunos testimonios (siglos XV y XVI)", *Imago: revista de emblemática y cultura visual*, n.º 10 (2018), 75-97 <https://ojs.uv.es/index.php/IMAGO/article/view/13155/13002>.
- Mínguez, Víctor. "La metáfora lunar: la imagen de la reina en la emblemática española". *Millars: Espai i historia*, n.º 16 (1993), 26-49.
- Mínguez Cornelles, Víctor. "Iam feliciter omnia. Una divisa política para Isabel de Valois (1560)", en *El sol de occidente: sociedad, textos, imágenes simbólicas e interculturalidad*, editado por Carme López Calderón y Manuel Monterroso Montero, 71-89. Andavira: Universidad de Santiago de Compostela, 2020.
- Pena Sueiro, Nieves. "Las Empresas de los reyes de Castilla de Francisco Gómez de la Reguera a la luz de un nuevo testimonio". *Boletín de la Real Academia Española*, n.º 300 (2009), 343-363.
- Pena Sueiro, Nieves. "Las empresas de las reinas de Castilla (1504-1611)". En *Emblemática trascendente: hermenéutica de la imagen, iconología del texto*, coordinado por Rafael Zafra y José Javier Azanza, 639-649. Navarra: Universidad de Navarra, 2011.
- Picinelli, Filippo. *El mundo simbólico. Serpientes y animales venenosos. Los insectos*. México: El Colegio de Michoacán-Conacyt, 1999.
- Redondo Cantera, María José. "Arte y suntuosidad en torno a la emperatriz Isabel de Portugal", *Ars & Renovatio*, n.º 1 (2013), 109-147. <http://www.artedelrenacimiento.com/images/ARSRENOVATIO2013/Arte%20y%20suntuosidad%20emperatriz%20Isabel%20de%20Portugal.pdf>.
- Rodríguez Moya, Inmaculada y Mínguez, Mínguez. *El retrato del poder*. Castellón: Universidad Jaume I, 2019.
- Rodríguez Moya, Inmaculada. "Las reinas santas y el retrato de la divina Isabel Clara Eugenia". En *La Piedad de la Casa de Austria. Arte, dinastía y devoción*, coordinado por Víctor Mínguez e Inmaculada Rodríguez Moya, 247-270. Asturias: TREA, 2018.
- Ruscelli, Girolamo. *Le imprese illustri con espositioni, et discorsi*. Venecia: Francesco Rampazetto, 1566.
- Saavedra Fajardo, Diego. *Empresas políticas*. Barcelona: Planeta, 1988.
- Sebastián, Santiago. *Emblemática e Historia del Arte*. Madrid: Cátedra, 1995.
- Séneca, Lucio Anneo. *De la ira*. Editado por Carles Cardó. Barcelona: Editorial Catalana, 1924.
- Typotius, Jacobus. *Symbola Divina & Humana Pontificum, Imperatorum, Regum. Accessit brevis & facilis Isagoge*. [s.n.], 1666.