



José Luis Gómez Martínez

Los supuestos modelos de las Empresas de Saavedra Fajardo y su carácter ensayístico

La valoración de la obra capital de Diego Saavedra Fajardo, Idea de un príncipe político-cristiano representada en cien empresas, ha dado lugar a las más curiosas conclusiones. En principio, aquellos críticos que profundizaron en su estudio están de acuerdo en considerar a las Empresas -en palabras de Vicente García de Diego- superior a «cuantos libros en España y fuera de ella han tratado el mismo tema»¹. La contradicción surge cuando se trata de establecer dónde radica el valor. Para unos, siguiendo a José María Ibáñez García, es su originalidad y enorme erudición lo que la hace destacar y ser digna de estudio, pero los mismos críticos lamentan que su estilo sea seco, oscuro... Para otros, García de Diego entre ellos, la obra carece de originalidad ya que es imitación, entre otras muchas obras, de los Emblemata política de Jacobo Bruck Angermunt. Según estos últimos críticos, el verdadero valor radica en el «estilo», pero no llegan a señalar con claridad en qué consiste tal «estilo»².

Estoy convencido de que las Empresas constituyen una culminación original -tanto en su estructura y contenido como en su estilo- donde se enlazan las tradiciones de las «divisas», «emblemas», «tratados políticos» y la «ensayística».

Veamos primero su estructura y contenido, para después estudiar algunos aspectos de su estilo. Como punto de partida nos serviremos de la

siguiente gráfica:

Es hoy día común entender como sinónimos los términos «divisas», «emblemas» y «empresas» -así los usa García de Diego en su edición de *Idea de un príncipe político-cristiano*. Durante los siglos XVI y XVII, sin embargo, existía, sobre todo en Italia y en España, una clara distinción entre dichos términos, a cuyo propósito se escribieron numerosos tratados donde se intentaba fijar las características de lo que entonces se consideró un nuevo género literario³. Las divisas, muy en boga en los siglos XIV y XV, son en realidad una supervivencia medieval adaptada a la ideología del barroco. En la época medieval formaban parte de la heráldica, pero con el Renacimiento salieron del amparo de los caballeros para pasar a los hombres de letras, en conexión con la publicación en Italia, en 1419, de los *Hieroglyphica* de Horapollo. Las divisas consistían en un grabado alegórico en el que no se podía representar la figura humana en su apariencia contemporánea, y un mote breve en lengua distinta a la del autor de la divisa, generalmente en latín. Con la publicación de *Emblematum Liber* (Augsburg, 1531), de Alciato, el nuevo «género literario» comenzó a difundirse en Europa. Con Alciato comienza igualmente una diversificación, y sus emblemas, aunque se originan en las divisas, son muy distintos a éstas. Una somera comparación de ambos ante los cuatro principios básicos establecidos por Giovinetti en 1555 servirá para determinar sus características: 1) En la divisa debía haber una justa proporción entre el cuerpo (grabado) y el alma (mote). En los emblemas, además del mote se incluían varios versos explicativos al modo de un epigrama. 2) Su significado no debía ser tan claro que cualquiera pudiera comprenderlo, ni tan oscuro que se necesitara ser adivino. En los emblemas esta dificultad desaparecía, pues los versos que se añadían al pie del grabado servían para explicarlo. 3) La figura humana no se debía representar y de hacerlo debería ser sólo en función alegórica; Alciato no hizo tal distinción y en sus emblemas aparece la figura humana cuando su pensamiento así lo requiere. 4) El mote debe ser en lengua distinta a la del autor de la divisa; los autores españoles mezclaron el latín y el español sin regla fija. Los emblemas de Alciato, además de las diferencias anotadas, divergían de las divisas en su función y propósito. Las divisas hacían referencia a hechos pasados, los emblemas contenían una enseñanza moral para aplicar al futuro⁴. Paralelamente a los emblemas aparecieron las empresas que venían a representar la función de los emblemas, pero siguiendo las ya señaladas «reglas académicas» de las divisas, y concentrando su contenido a un asunto particular⁵.

Si partiendo de las consideraciones precedentes analizamos las Empresas de Saavedra Fajardo y las opiniones de la crítica sobre ellas, en seguida se pone de manifiesto la falta de correspondencia entre éstas y la obra, y la confusión en el uso de los términos emblema y empresa. El origen es siempre el mismo: el amplio estudio que a modo de introducción coloca Vicente García de Diego en su edición de las Empresas (*Clásicos Castalia*, 1927). En efecto, García de Diego no establece distinción entre empresa y emblema; y propone como antecedente de la obra a Saavedra Fajardo, los *Emblemata politica* (1618), de Jacobo Bruck Angermunt: «Tenemos que admitir -dice-, después de la comparación de las Empresas con esta obra, que

Saavedra la conoció, y que fue este libro el modelo en que nuestro autor se inspiró al resolverse a escribir el tratado de educación del príncipe»⁶.

En principio, lo único que ambas obras poseen en común es el tema general: la educación del príncipe. Pero aun así resulta que el libro de Bruck no es nada más que uno de los varios que se publicaron antes de la aparición de las Empresas⁷. Por otra parte, el libro de Bruck, como su título indica, es una colección de emblemas (54 en total); el de Saavedra Fajardo lo es de empresas. Los emblemas de Bruck, siguiendo en ellos la tradición emblemática, constan de un mote, un grabado y unos versos explicativos; las empresas de Saavedra sólo poseen el mote y el grabado. Bruck representa la figura humana en la mayoría de sus emblemas -en varios de ellos en primer plano-; Saavedra, consciente de su arte, evita su uso, no sin que a veces sienta que las reglas se lo prohíban, como sucede en la empresa 20, donde después de señalar un ejemplo propicio indica: «Con él pudiéramos significar también (si permitieran figuras humanas las empresas) al que nace para ser rey» (I, p. 183).

Es cierto que tanto Bruck como Saavedra incluyen unas reflexiones en prosa a continuación de cada emblema o empresa, pero esto también era práctica general en la época. En España, por ejemplo, Diego López lo hace en su edición del libro de Alciato, Declaración magistral sobre los emblemas (Nájera, 1615). Pero, incluso aquí hay una diferencia básica entre Saavedra y Bruck. La extensión de los comentarios de Bruck, sorprendentemente sistemática, oscila entre dos páginas y media o tres; en Saavedra no existe regla y la extensión parece depender más que del tema, de la inspiración del momento en que la escribió; así se explica que, por ejemplo, la empresa 77 tenga sólo dos páginas y que la 50 tenga 31.

Figura I

Si de estos detalles de conjunto pasamos ahora a los particulares, de nuevo encontramos que las afirmaciones de García de Diego no tienen fundamento sólido y que a lo máximo representan una interpretación. García de Diego dice: «Un breve análisis demostrará cómo en unos emblemas se ha inspirado o ha podido inspirarse Saavedra, y cómo otros han sido estrictamente copiados» (I, p. XXX), y encuentra afiliación directa en las empresas 11, 12, 44 y 70. Esta opinión de García de Diego, formulada en 1927, podría haberse superado hace tiempo si los estudiosos de la obra de Saavedra hubieran tratado de comprobar sus afirmaciones antes de hacer uso de ellas. Analicemos ahora brevemente cada uno de estos casos.

Figura II

La empresa II, que según García de Diego corresponde al emblema 25 de Bruck, representa una campana en una torre; no existe torre en Bruck, pero sin duda el motivo central del grabado es el mismo, si salvamos las diferencias de detalle que ya por definición existen entre el emblema y la empresa⁸. Establecida la semejanza, conviene señalar que el símbolo, aun siendo raro, ya lo había utilizado en un sentido similar Theodorus Beza en su *Emblemata* (Génova, 1580), y que las proyecciones que se hacen a partir del gráfico son distintas en ambos casos: el correcto uso de las leyes en Bruck; la prudencia que el príncipe debe tener en el uso de la palabra en Saavedra (ver figura I). La empresa 12 se supone imitación del emblema 41, pero aquí las semejanzas, si las hay, son tan mínimas, que Henkel y Schöne las clasifican en su *Emblemata* bajo distintas categorías: la empresa en la categoría I «Makrokosmos», y el emblema en la IV «Tierwelt/Tiere der Luft»⁹ (ver figura II). La empresa 44, se dice, proviene del emblema 32 (García de Diego, por error, hace referencia al emblema 31). En ambos casos los grabados representan una culebra, y si bien la idea general que tratan de representar es la misma, lo hacen desde puntos de vista diferentes. Los mismos grabados, de acuerdo con sus respectivas aproximaciones, contienen una diferencia básica: en la empresa la culebra se enrosca en unas matas, de modo que la cola no sabe dónde está la cabeza; en el emblema la culebra se encuentra enroscada en forma circular y la cabeza está mordiendo la cola (ver figura III). Finalmente, con relación a la empresa 70 dice García de Diego: «En un emblema tan singularmente raro como el último del libro de Bruck [número 54], un tronco de un árbol abrazado por una corona real que se rompe al henderse el árbol, y que constituye la empresa 70 de Saavedra, no es posible ver, ni aun apurando todas las sutilezas, sino una pura copia» (I, p. XXXII). De nuevo aquí la semejanza es más aparente que real. Primeramente, los grabados no son del todo exactos: en la empresa, el árbol es joven y vigoroso; causan las hendiduras dos brazos semejantes que tiran de las ramas del árbol en direcciones opuestas. En el emblema, por el contrario, se representa a un viejo roble que, decrepito, se abre. Saavedra quiere con ello indicar que la división destruye a la monarquía; Bruck señala que la degeneración en las leyes, al igual que el viejo roble se abre por medio, deshace a la monarquía (ver figura IV).

Figura IV

Antes de valorar excesivamente los resultados de estas observaciones, es oportuno recordar aquí en qué consistía la originalidad en la tradición emblemática. Juan de Horozco y Covarrubias dice al respecto en su *Emblemas morales* (Segovia, 1589): «Para Emblema no importa sea propia o sea ajena,

porque no se mira sino a lo que enseña»¹⁰. Es decir, se buscaba no tanto el grabado cuanto el uso que de él se hacía. Y es precisamente en este sentido que la obra de Saavedra Fajardo representa una culminación original. En efecto, en las Empresas se une lo mejor de la tradición de las divisas y emblemas con el propósito de los tratados sobre la educación del príncipe. Pero Saavedra, en su personalismo, se aleja de la sistematización del tratado para escribir una colección de ensayos. Bruck, a pesar del carácter personal de su obra, no consigue superar lo metódico del tratado. Por otra parte, el estilo de ambos libros es igualmente diverso: Bruck prefiere el período ampuloso a imitación de Cicerón, Saavedra el conciso de Tácito.

El estilo de las Empresas ha sido ya estudiado en numerosas ocasiones y, sobre todo desde García de Diego, justamente ponderado. Por ello, más que un estudio detallado, lo que me propongo ahora es destacar algunos aspectos relegados por la crítica, al mismo tiempo que establezco el carácter ensayístico de la obra.

Al hablar del contenido de las Empresas, se ha hecho referencia una y otra vez a los innumerables tratados políticos que precedieron a la obra de Saavedra, si bien siempre limitándose a una tediosa enumeración de autores, títulos y fechas, sin que en realidad se pasara al análisis comparado de los mismos. Vamos a cotejar aquí brevemente la obra de Pedro de Rivadeneira, considerada insistentemente como uno de los posibles modelos de Saavedra, y que, por representar un desarrollo, según mi opinión, opuesto al de las Empresas, servirá mejor para demostrar el carácter ensayístico de éstas. El título completo del libro de Rivadeneira es Tratado de la religión y virtudes que debe tener el príncipe cristiano para gobernar y conservar sus estados, contra lo que Nicolás Maquiavelo y los políticos deste tiempo enseñan. Rivadeneira considera a su obra un «tratado», y, en efecto, lo es, y por ello su exposición es sistemática. Saavedra, por el contrario, titula a la suya Idea de un príncipe..., con lo que hace clara referencia al carácter reflexivo y asistemático de la misma (además de su afiliación platónica). Es más, el final del título, «representada en cien empresas», refuerza esta posición, ya que si en la primera edición se podía interpretar literalmente, pues efectivamente constaba de cien empresas, en las sucesivas añadió el autor una más sin modificar el título, con lo que cien se convierte ahora también en una expresión para indicar muchas. Rivadeneira escribe un «tratado de la religión y virtudes que debe tener el príncipe cristiano», donde lo de «príncipe» queda subordinado a lo de «cristiano». El carácter idealista se acentúa aún más, en las últimas palabras del título, «contra lo que Nicolás Maquiavelo y los políticos deste tiempo enseñan». Claro está, el término «político» significa aquí seguidor de Maquiavelo, si bien para Rivadeneira lo era cualquiera que pretendiera separar la religión del arte de gobernar. En realidad, los tratados políticos desde mediados del siglo XVI y durante el siglo XVII pueden reunirse, según su aproximación filosófica, en dos grandes grupos: aquellos seguidores más o menos modelados de Maquiavelo, y los que partiendo de las doctrinas contrarreformistas se le oponían decididamente. A este segundo grupo pertenece Rivadeneira y por ello escribe un «tratado de la religión y virtudes» del «príncipe cristiano» dirigido contra «los políticos»,

Saavedra está más preocupado con la realidad práctica y así escribe sobre un «príncipe político», pero consciente de la connotación negativa que la palabra poseía en su tiempo y para reflejar sus fuertes convicciones morales, su príncipe es «político-cristiano»¹¹. De este modo, las Empresas representan un puente de comunicación entre los que con excesivo pragmatismo, como Maquiavelo, subordinaban la religión a la razón de estado, y los que con un idealismo teórico desmesurado, como Rivadeneira o el Quevedo de Política de Dios, gobierno de Cristo, antepusieron la religión a la razón de estado.

Las diferencias entre ambas obras se harían más profundas si ahora cotejáramos los textos, pero bástenos con lo ya indicado para demostrar la necesidad que hay de analizar las Empresas en su contexto y no a la luz de las posibles semejanzas externas con otras obras de su época. Parte de la confusión proviene, sin duda, de haber considerado a las Empresas como un tratado sobre la educación de los príncipes. De ahí que los estudiosos de la obra se negaran, por ejemplo, a aceptar la afirmación de Saavedra Fajardo cuando dice: «He procurado que sea nueva la invención» (I, p. 9). Naturalmente, Saavedra sabía que el contenido de sus empresas no era nuevo; la novedad estaba en la interpretación, en su personal replanteamiento del problema, en la actualización del pasado con su experiencia del presente y, en una palabra, en haber escrito una colección de ensayos sobre el tema¹². Saavedra escribe las Empresas en su edad madura no en busca de gloria, sino porque sentía la necesidad de comunicar sus pensamientos, y quizás en el deseo de replantearse problemas tan fundamentales en un momento en el que la caída de España era ya inminente, y cuya precipitación se debía precisamente a la forma de gobierno de sus reyes. Por ello escribe para que «no se perdiesen conmigo las experiencias adquiridas en treinta y cuatro años que, después de cinco en los estudios de la Universidad de Salamanca, he empleado en las cortes más principales de Europa, siempre ocupado en los negocios públicos» (I, p. 8). No domina en las Empresas, el carácter didáctico, sino el reflexivo, y por ello sus ensayos carecen de método, de sistema; compuso su obra, dice, «escribiendo en las posadas lo que había discurrido entre mí por el camino» (I, p. 7). Como ensayista, para él no sólo son importantes las ideas, sino la forma artística en que éstas deben de ser representadas: «Con estudio particular he procurado que el estilo sea levantado sin afectación, y breve sin oscuridad» (I, p. 10). En la tradición ensayística, si hubiéramos de establecer relaciones, diríamos que el estilo de los ensayos de Saavedra está más próximo a Bacon que a Montaigne, pero manteniendo en todo momento un sello saavedriano que lo hace peculiar. La prosa de las Empresas es aforística, de período breve, muy cercana al estilo de Tácito, cuya obra cita Saavedra repetidamente en sus ensayos. Tales características requieren que su lectura sea lenta y que cada empresa sea considerada como una unidad independiente.

Como ensayista, Saavedra recoge la tradición de su época, y valiéndose de aquello que era patrimonio común lo reelabora en una nueva interpretación basada en sus experiencias personales. Tal es lo nuevo en su obra, y no los «materiales» con los que desarrolló sus ensayos, pues él mismo dice que se ha «valido de ejemplos antiguos y modernos» (I, p. 12). Aún más, en ocasiones, por decoro, disfraza las referencias concretas a su momento,

buscándoles origen clásico¹³. Son, pues, las Empresas no una imitación de innumerables fuentes, como hasta aquí ha dicho la crítica, sino una culminación en la tradición literaria del barroco, y Saavedra es el más genuino representante del ensayo filosófico español del siglo XVII¹⁴.

2009 - Reservados todos los derechos

Permitido el uso sin fines comerciales

[Facilitado por la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes](#)

Súmesese como [voluntario](#) o [donante](#) , para promover el crecimiento y la difusión de la [Biblioteca Virtual Universal](#) www.biblioteca.org.ar

Si se advierte algún tipo de error, o desea realizar alguna sugerencia le solicitamos visite el siguiente [enlace](http://www.biblioteca.org.ar/comentario). www.biblioteca.org.ar/comentario

