

Las Empresas morales de Juan de Borja, ejemplo iconográfico y textual de la pedagogía jesuítica

Alejandro Martínez Sobrino
Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea

Juan de Borja (Bellpuig 1533-El Escorial 1606) fue el autor de las *Empresas Morales*, una obra destinada al rey Felipe II, a quien sirvió como diplomático por largo tiempo. Las *Empresas Morales* se trata de una composición fruto de una dilatada carrera diplomática, y muestra los atributos que han de engalanar a un buen príncipe y a un buen cortesano, que no son otros que los que han de adornar a un miembro de la Compañía de Jesús.¹

Juan de Borja, a lo largo de su infancia y adolescencia, permaneció siempre cerca de su padre s. Francisco de Borja, cuarto duque de Gandía y posteriormente tercer general de la Compañía de Jesús, a quien, entre 1551 y 1552, acompañó en su peregrinaje a Roma y a lo largo del territorio español, tras su ingreso en la Compañía de Jesús.² Por otra parte, su formación transcurrió siempre bajo la tutela de miembros de la Orden, como Francisco Saboyá y Antonio Araoz, y/o tuvo lugar en centros jesuitas, por ejemplo, la Universidad de Gandia (1548) de reciente creación (García Mahiques 1998, 19 y 21). De este modo, a pesar de que nunca formara parte de la Compañía de Jesús, las disposiciones e ideas que iban conformando la Orden creada en 1534, y en especial los preceptos paternos, ejercieron gran peso en su carácter. Por lo que no resulta extraño que Juan de Borja se mostrara dispuesto a lo largo de su vida a defender los intereses de la Compañía (García Mahiques 1998, 22). Su vinculación con la Orden, de hecho, fue tan cercana y duradera que tras su muerte se le enterró, en un primer momento, en la iglesia de los jesuitas de Madrid, para ser trasladado después al panteón de la capilla mayor de la iglesia de San Roque en Lisboa, cuyo patronato pertenecía a los jesuitas (García Mahiques 1998, 32).

No ha de sorprender, entonces, el gran peso que ejercen los preceptos jesuíticos en *Las Empresas Morales* –sin tenerlos en cuenta la comprensión total de la obra resulta complicada (García Mahiques 1998, 18)³– tanto en su composición, como en la aspiración que se recoge en el título del trabajo, es decir, el ser “morales”, según anuncia el propio Juan de Borja en la carta al lector (Borja-Mahiques 1998, 13): “de aprovechar en algo a los que las leyeren, por ser lo que se trata materia de buenas costumbres que es lo que tanto nos importa.”⁴ La obra, a pesar de que con seguridad se había ideado su composición tiempo antes⁵, no se concluyó hasta el periodo en que su autor fue embajador en la corte de Rodolfo II en Praga entre 1576 y 1581 (García Mahiques 1998, 30, 36), por lo que refleja en última instancia, la imagen del hombre encarnado por él y su padre, esto es, el pretendido por la Compañía de Jesús, un tipo

¹ En la España de los s. XVI y XVII el emblema juega un papel ético-político que le distancia del uso del emblema en el resto de Europa, cf. Bouzy, 2007b.

² Sobre la peregrinación de s. Francisco de Borja, cf. Ruiz Jurado.

³ Algo reconocido en su época, como así lo indica su sobrino en el prólogo a la segunda edición de las *Empresas morales* (1680, Bruselas, fol. B): “sacó sin duda los sólidos provechosos documentos que dexó a la posteridad en estas empresas.”

⁴ Objetivo que según Ledda, 1970, 69, no logra: “Nonostante tali mutamenti e il dichiarato fine *de aprovechar en algo a los que las leyeren, por ser lo que se trata materia de buenas costumbres que es lo que tanto nos importa*, le imprese morali non potevano superare i confini di una ristretta cerchia d’élite.”

⁵ Si bien las *Empresas morales* no se editan hasta 1581, es más que probable que la idea de su realización surgiera durante la estancia de Juan de Borja en Portugal, García Mahiques (1998, 37) y Ledda (2015, 61).

de hombre humilde, pobre, casto y obediente, y por extensión el modelo que habría de representar el ideal de cortesano de la corte de Felipe II (García Mahiques 1998, 49).

El hecho de que para llevar adelante su propósito, Juan de Borja decidiera utilizar empresas como vehículo de transmisión de conceptos morales no se debe al azar; pues la emblemática religiosa jesuítica, que brotó en el mundo católico de la Contrarreforma dentro del conjunto de formas nuevas de lectura y nuevos usos del libro, era el método más adecuado al fusionar en un solo cuerpo las estructuras técnicas de la meditación y las estructuras textuales del emblema (Chatelain, 349), a cuya naturaleza, y por ende a la de las empresas, es inherente la capacidad ser interpretados a partir de las tensiones y discontinuidades que los escritores y lectores experimentaban entre sus creencias, sus obligaciones ideológicas, etc. (Daly, 416). Los jesuitas serán conscientes hasta tal punto del éxito de esta forma novedosa de lectura y meditación que se entregarán a ella con un empeño enorme, como refleja la atención suprema por la calidad de sus publicaciones (García Mahiques 1998, 42).

El origen del recurso a la imagen en la meditación religiosa por parte de los jesuitas hay que remontarlo al concepto de *compositio loci* ignaciano, fundamento de una contemplación visual a partir de la cual surge un cierto tipo de prácticas. S. Ignacio, en sus *Ejercicios Espirituales* (1527), imagina la meditación como una percepción mental-sensorial –en especial a través de la vista–, consciente de que la teología requiere la presencia de imágenes a través de cuya interpretación se alcance la comprensión de unas realidades divinas que carecen de apariencia y a las cuales sólo se llega a través del entendimiento intelectual (Seres 2003, 412-413). Así, propone la observación de un repertorio de imágenes que, gracias al reconocimiento de una serie de puntos, conforman una escena detallada y rigurosa del acontecimiento a contemplar (Campa, 46). La imagen, que representa un objeto del mundo real, significa al tiempo la idea y el concepto que simboliza (Mathieu-Castellani, 5); pues, ella, infancia del lenguaje, se configura creadora del cuerpo que se originó con el mundo, reflejo puro de lo divino antes de la Caída (Dekoninck, 108). Esta composición de lugar, instaurada por s. Ignacio, posee, como la visión de su creador, un fin “pragmático”, alabar y servir a Dios (Dekoninck, 105-106), y además fundamenta la base del emblema jesuita (Campa, 44). Por ello, la Iglesia lo transformará en instrumento privilegiado de difusión de sus discursos dogmáticos y normativos (Chatelain, 324), y lo empleará en el combate frente a la herejía protestante (Campa, 44).

Los miembros de la Compañía, conscientes de todo ello, trasladarán inmediatamente el interés de la sustancia de la imagen a su utilidad práctica, con lo que aquella permanecerá como objeto de experiencia y no de esencia (Dekoninck, 118), así lo prueba la temprana aparición de libros de emblemas, por ejemplo, las *Evangelicae historiae imagines* (1593) y las *Adnotationes et meditationes* (1594) del Padre Nadal. Entre estos jesuitas se encuentra s. Francisco de Borja, que hará suya la idea de utilizar imágenes como apoyo de textos con una función retórico-mnemotécnica, consciente de lo importante y beneficioso que podía resultar una imagen física y objetivada de la *compositio loci* ignaciana (García Mahiques 1998, 38-9), ya que la llamada directa al referente de la imagen anulaba la arbitrariedad del signo lingüístico, con lo que el riesgo de aparición de interpretaciones múltiples se reducía con la representación de los objetos en la imagen (Mathieu-Castellani 1990, 9). Un riesgo, el de la polisemia textual, que había que controlar, puesto que, de acuerdo a la iconología jesuita, el sentido no se venía jamás otorgado desde el principio, sino que había de conquistarse en una imagen que poseía alma y habla, es decir, en una *tableau vivant* o *peinture parlante* (Dekoninck, 118), como puntualiza s. Francisco de Borja (Cervos, 8): “La composición

del lugar ayuda por recuerdo y para refrenar los pensamientos o afectos con la memoria del lugar adonde el hombre se imagina estar.” Un tipo de textos, por tanto, en los que se destaca la importancia de la memoria como la cualidad que mejor ayuda al cristiano en sus oraciones y meditaciones al poner en práctica los *Ejercicios espirituales* (Rodríguez de la Flor, 1978, 63). Bajo esa misma premisa se afaná s. Francisco de Borja cuando confeccionó una edición de sus meditaciones basadas en los Evangelios y quiso acompañarlas de grabados que describieran esos lugares. La edición, sin embargo, no vio la luz por distintas razones hasta 1675 y sin los grabados (Campa, 45). Así dice en el decimosegundo aviso de los quince que ofrece en el proemio de su *Evangelio meditado* para sacar provecho de las meditaciones (Cervos, 7):

Para hallar mayor facilidad en la meditación, se pone una imagen que represente el misterio del evangelio, y así, antes de comenzar la meditación, mirará la imagen, y particularmente advertirá lo que en ella hay que advertir, para considerarlo mejor en la meditación, y para sacar mayor provecho de ella; porque el oficio que hace la imagen es como dar guisado el manjar que se ha de comer, de manera que no queda sino comerlo; y de otra manera andará el entendimiento discurriendo y trabajando de representar lo que se ha de meditar, muy a su costa y con trabajo. Y allende de esto es con más seguridad, porque la imagen está hecha con consideración y muy conforme al evangelio, y el que medita, con facilidad podrá engañarse, tomando una cosa por otra, y dejando de llevar la traza del santo evangelio, lo cual se ha de guardar en lo orco y en lo mucho, y así no debe declinar *ni a la diestra ni a la siniestra*.

Y Juan de Borja, persuadido, al igual que s. Ignacio y s. Francisco de Borja, de que el sentido de la vista no es sino el guía de los placeres más elevados del espíritu (Mathieu-Castellani, 6), elige como instrumento más apropiado para sus fines aquel que, de entre las diferentes categorías de imagen que puede encarnar la *imago figurata* – el jeroglífico, el enigma, la divisa, ...– mejor se aviene a la orientación didáctica jesuita al permitir con su estructura una mejor puesta en práctica y difusión de las técnicas de oración mental al tiempo que constituye un medio eficaz de refuerzo del encuadre teológico de la meditación, es decir, al emblema (Dekoninck, 117). Se trata de un tipo de composición en la que su codificación y descodificación dependen del reconocimiento y la aceptación, y no apela tanto a la factualidad o a la ontología como a una forma más flexible de verdad (Daly, 393). Por esta razón constituirá para los jesuitas un arma de una eficacia persuasiva mayor que el discurso más elocuente. Este es el motivo de que Juan de Borja en la composición de sus *Empresas morales* retire de sus emblemas los rasgos lúdicos de la emblemática europea y les confiera un peso moral, político y espiritual para convertirlos en instrumentos didácticos (Ledda 1970, 31; Ledda 2015, 61-62; García Mahiques 1998, 42). Así mediante la selección de elementos de los dos modelos precedentes de representación de una verdad intelectual mediante un símbolo sensible cuyo sentido viene expresado en forma de título por una leyenda –la divisa y el emblema–, nace un tercero, la empresa. Del emblema se conserva que, del binomio imagen-texto o cita, las palabras mantengan por sí solas un sentido pleno y acabado que se conjugue con la imagen para ofrecer el significado pleno del artificio –no sucede así con la divisa, en la que es necesaria para su comprensión la colaboración de la figura y el texto–; asimismo, se mantiene el valor universal propio de aquél, con lo que se elimina el individualismo propio de la divisa, símbolo o expresión de un rasgo circunscrito a un individuo o particular. Esta fusión se produce a nivel formal y de contenido, y se crea un tipo nuevo de empresa, un híbrido entre la *impresa*, cuyo modelo se sigue, y el sentido funcional del emblema (Ledda 1970, 31; García

Mahiques 1998, 45). Con estas modificaciones la empresa nacida de la mano de Juan de Borja asumirá la capacidad del emblema de poder modificar, subvertir la realidad y/o comunidad que se dice refleja al ser vehículo transmisor de conceptos morales, ideológicos y políticos (Daly, 395). Unos rasgos principales estos que acabarán por tinter de tal forma el género que se llegará a hablar de la Empresa Hispánica (Ledda 1970, 68; García Mahiques 1998, 33-34).

Juan de Borja reunirá en la primera edición de sus *Empresas morales* (1581)⁶ cien que proyectan enseñanzas bajo la forma prototípica del emblema, la *forma triplex*, esto es, una imagen que representa la idea, un mote que funciona de engarce nemotécnico y una breve narración, tradicionalmente un epigrama en latín, que en esta obra se ha sustituido por una breve descripción explicativa en castellano del contenido y el sentido de la imagen en la que, llevado por su didacticismo, introduce otro pequeño cambio, la renuncia voluntaria a las divagaciones eruditas y otros elementos propios del aparato filológico (García Mahiques 1998, 45), como reconoce en la carta al lector: “se ha trabajado más en ser breve que si se hubiera de hacer un largo comento, por no pretenderse que sirva más que un breve argumento de lo que se quiere dar a entender en cada empresa, dejando el comento para otra persona o para otro tiempo” (Borja-Mahiques 1998, 13).⁷ Aunque se trate de una falta de erudición aparente que responde a “una escogida voluntad de autoconciencia creadora, de asunción de una responsabilidad total frente a la tarea emprendida”; pues consiste en engarzar su catálogo en el seno de una filosofía moral en la que se señalan los vicios y se ensalzan las virtudes ejemplarizantes (Cruz Suárez, 168). Como sugiere él mismo en su carta cuando justifica su falta de rigurosidad a la hora de seguir a los tratadistas del arte de la empresa “no por esto me pareció que obligaban a la observancia de ellas sino en cuanto llevan razón, por no ser la autoridad ni la antigüedad de los auctores tanta que dexarlos de seguir importe mucho” (Borja-Mahiques 1998, 13); o como se desprende de estas referencias al *Arte poética* de Horacio en la epístola nuncupatoria dirigida a Su Majestad Felipe II (Borja-Mahiques 1998, 11-12).⁸

Si V. M. fuere servido pasar los ojos por este libro cuando alguna vez, por descansar del gran peso y carga que trae consigo el gobierno de la mayor parte del mundo, que V. M. posee, quisiere divertirse a cosas que deleitando la vista – por ser tan varias– den gusto al entendimiento; con esto quedaré yo gozando de mayor fruto que merece mi trabajo. Por excusar fastidio, he trabajado en ser tan breve quanto bastase para no ser oscuro.

Así pues, de forma consciente y pública, Juan de Borja convierte su libro de empresas en un práctico manual de enseñanza moral (García Mahiques 1998, 48) en el que desde el primer momento se puede apreciar la impronta jesuita, como lo muestra la selección de temas. La obra no posee de por sí una ordenación por materias de las empresas, ni ofrece, en principio, unidad temática alguna. Borja presenta los conceptos⁹ morales en un calculado desorden, en el que se puede vislumbrar una estructura

⁶ Es de esta edición de la única que tenemos la garantía absoluta de que Juan de Borja quisiera que se publicaran, puesto que contiene la selección realizada por él, a diferencia de la de Bruselas que fue hecha por su sobrino (García Mahiques 1996, 77).

⁷ Su modelo es Pierre Cousteau en su *Pegmel*, donde sustituye el epigrama por una explicación en prosa denominada *narratio philosophica*, (Chatelain, 328).

⁸ La primera de ellas es al objeto de la poesía de deleitar e instruir, *Ars*, 333-334, *Aut prodesse volunt aut delectare poetae / Aut simul et iucunda et idonea dicere vitae*; la segunda remite a *Ars*, 25 *Brevis esse laboro, obscurus fio*, donde Horacio reconoce que se torna oscuro al esforzarse por ser conciso.

⁹ Concepto en el sentido Barroco: una idea que percibe el entendimiento a partir de un artificio que puede ser metafórico, alegórico, mnemotécnico, etc. (García Mahiques 1996, 81).

concreta acerca de un ideario que podría ofrecernos las claves, de un lado, de su concepción personal del mundo y la intención del autor; de otro, un boceto de un modelo de sociedad (García Mahiques 1996, 81). Por ello, pueden encontrarse tópicos recurrentes como el menosprecio del mundo, el desengaño de las cosas del mundo, la virtud, la verdad, etc., los cuales, además de ser tópicos del Barroco (Cruz Suárez, 168), gozan de un espacio destacado en los *Ejercicios Espirituales* (Ledda 1970, 73-77). De modo que, en lugar de buscar una unidad temática, lo apropiado es buscar secuencias de ideas, reagrupaciones de motivos de interés o de preocupaciones dominantes (Ledda 1970, 70-71), por ejemplo, la verdad, la vanidad, la prudencia, el retiro en uno mismo, el autoconocimiento. Conceptos estos que, adaptados a través de neoplatonismo desde su origen estoico al cristianismo¹⁰ (Ledda 1970, 73)¹¹, aparecen de una forma u otra en los ejercicios y en los sermones jesuitas.¹² Entre ellos, por ejemplo, el autoconocimiento y el retiro en uno mismo, de los que s. Ignacio en sus “Ejercicios Espirituales para vencer a sí mismo y ordenar su vida sin determinarse por afección alguna que desordenada sea” dice (Rambla, 27; Dalmases 1963, 201-202):

[...] tanto más se aprovechará cuanto más se apartare de todos amigos y conocidos y de toda solicitud terrena; [...]. Del cual apartamiento se siguen tres provechos principales, entre otros muchos: el primero es que, en apartarse el hombre de muchos amigos y conocidos y, asimismo, de muchos negocios no bien ordenados, por servir y alabar a Dios nuestro Señor, no poco merece delante su divina majestad; [...], el tercero, cuanto más nuestra ánima se halla sola y apartada, se hace más apta para se acercar y llegar a su Criador y Señor; y cuanto más así se allega, más se dispone para recibir gracias y dones de la su divina y suma bondad.

Y s. Francisco en el cuarto aviso de los quince que da en el proemio de su *Evangelio meditado* para sacar provecho de las meditaciones dice (Cervos, 4):¹³

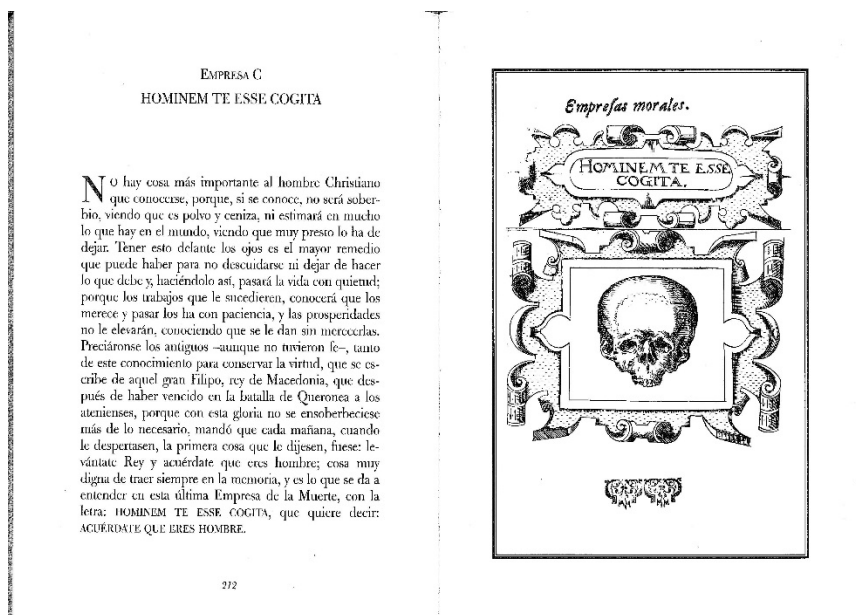
Adviértase también en el modo de orar, que convendrá mucho hacer el examen de la conciencia primero, antes de comenzar la meditación, como después se dirá, porque está escrito: *No entrará la sabiduría en el alma malvada*. Y está claro que, estando el espejo de la conciencia con lodo o con polvo de la tierra, no poder reverberar bien en él los rayos del sol de justicia; y también mucho más se impide la vista espiritual con el polvo de la tierra. Y por esto es necesaria la limpieza y puridad de la conciencia, para la cual ayuda grandemente el examen.

¹⁰ Rodríguez de la Flor, 1978, 65: “[...], en la imagen de la memoria que la Compañía estimula para la formación de sus colegiales, hay restos perceptibles de formulaciones neoplatónicas expresadas en una predilección secular que los jesuitas han mantenido por la cultura de los símbolos.”

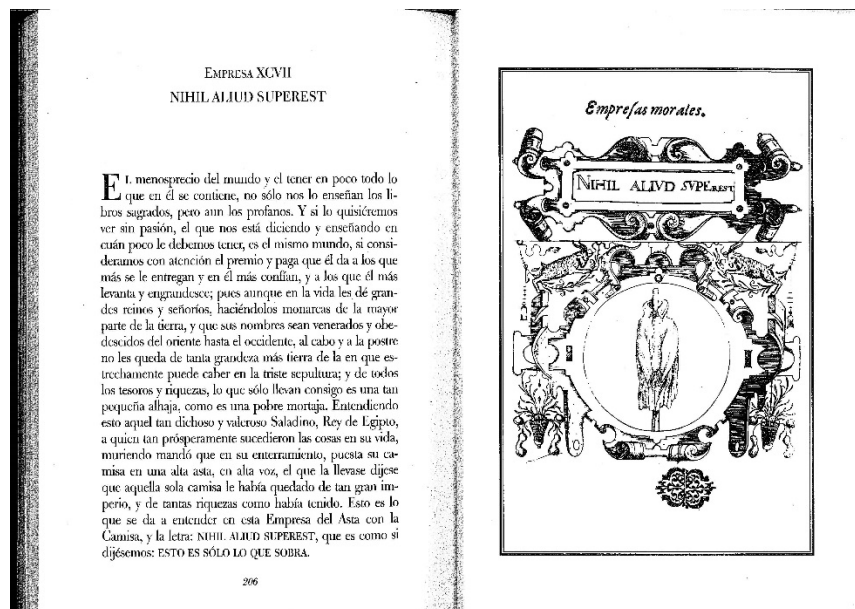
¹¹ No hay que olvidar que en este momento el mensaje estoico se estaba cristianizando (Bouzy, 2007a, 128).

¹² Para una clasificación y agrupación de los temas, cf. García Mahiques (1998, 229-256).

¹³ Esta idea se recoge en muchos de los trabajos del santo, así por ejemplo en sus *Tratados espirituales* encontramos el tratado primero titulado “Sermón sobre san Lucas, 19, 41-42” acerca de la utilidad del autoconocimiento o los que abarcan del catorce al diecisiete, titulados respectivamente, “Del propio conocimiento”, “Otra consideración para lo mismo de nuestro propio conocimiento”, “Oración del propio conocimiento. Ejercicio de meditación y aniquilación”, “Ejercicios para el propio conocimiento” (Dalmases 1964, 278-298).

Principios que recoge Juan de Borja en la empresa C (*Hominem te esse cogita*)Figura 1. Empresa 100, Juan de Borja, *Empresas morales*

O como sucede en la empresa 97 (*Nihil aliud superest*) con el menosprecio del mundo:

Figura 2. Empresa 97, Juan de Borja, *Empresas morales*

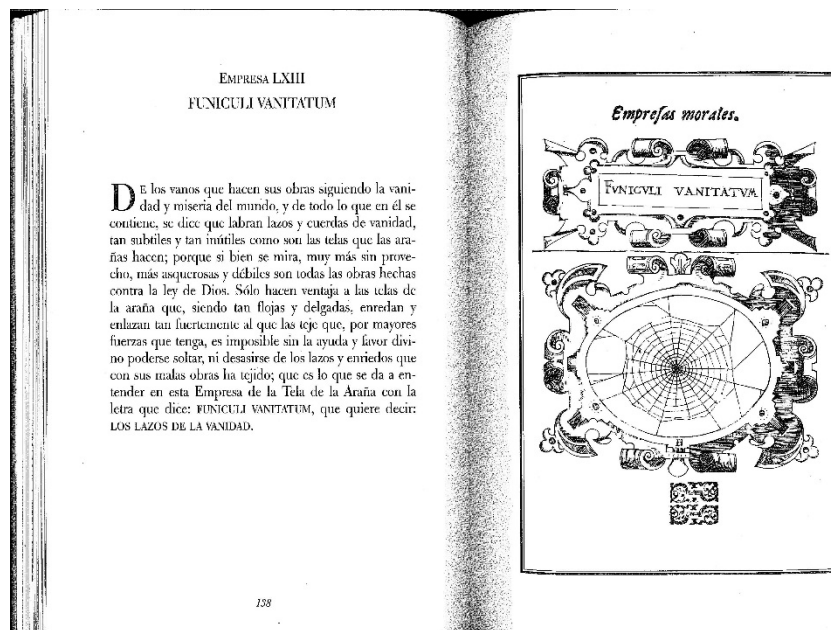
O la Vanidad, que es el tema de la empresa 63 (*Funiculi Vanitatum*).

Figura 3. Empresa 63, Juan de Borja, *Empresas morales*

Sin embargo, el peso en la obra de las enseñanzas jesuitas no se restringe a los temas. Hasta tal punto están embebidas las *Empresas morales* de la mentalidad de la Compañía que el elemento en que mejor se aperciben sus ideas es en la imagen, cuya importancia en el proceso formativo de la Orden, pues constituye en ella una especie de *modo nostro*, es tal, que se le ha llegado a calificar a la Compañía de Jesús de “internacional de la imagen” (Rodríguez de la Flor 2011, 719). Sin duda los jesuitas eran conscientes de que la imagen transmite el conocimiento mejor que las palabras, aunque por diferente vía, pues las figuras, esto es, las representaciones simbólicas del mundo, muestran el deseo humanista de hacer hablar al mundo al concretar lo inteligible de forma circular: significado-representación-significado (Mathieu-Castellani, 9). Eran sabedores de que la estética manifiesta siempre un fin ético, de que el placer suscitado a través de los ojos contribuye a la enseñanza de las verdades de la fe y a la guía de la vida cristiana en el mundo (Dekoninck, 111); el objetivo perseguido por Juan de Borja al fijar en el alma una enseñanza moral mediante el ejemplo de un vicio recogido en una imagen —la que constituye la característica principal de la emblemática hispánica (Ledda 1970, 32).

Y es por ello que Juan de Borja otorgará al grabado, esto es, a la unión *pictura-motto*, siempre la página impar (el recto); consciente, al igual que cualquier autor de un género verbo-visual, de que la función propositivo-conativa y el efecto percusivo del aparato visual formado por ese conjunto se producía en el destinatario tras un primer impacto visual (Ledda 2015, 63). Así, se abría por donde se abría el volumen, el grabado era el primer elemento percibido¹⁴. En cambio, a la narración se le concedía la página par (el verso), en un papel absolutamente subsidiario de la *pictura* (García Mahiques 1998, 50), para que el lector, tras impregnarse primeramente de forma visual de una imagen preñada de una verdad teológica o moral, acudiera a la prosa explicativa a fin de colmarse intelectualmente de su significado. Puesto que el signo-objeto, en la empresa “se dirige a la mirada del destinatario que, a través de un rápido proceso de previsiones y retroacciones, intenta reconstruir lo no formulado gráficamente y llegar a

¹⁴ Para más información sobre los grabados, cf., Lubomír (1992).

la satisfacción de haber acertado en la solución, pudiéndola confirmar en la declaración del autor, o paradójicamente, en caso de no haber acertado, sorprenderse y apreciar el significado no supuesto” (Ledda 2015, 66-67). Además, este movimiento de vaivén creaba en la mente del lector una unión indisociable de ambos elementos, esto es, “el lugar” del arte de la memoria, y se producía de esta manera la memorización de los conceptos (Chatelain, 333).

La importancia de la imagen en la obra y el hecho de que, como se ha señalado, el proyecto se iniciara en su etapa diplomática en Lisboa hace indispensable recordar el papel que juega tanto en la concepción de la obra como en el modo en que realizar los grabados el pintor y diseñador jesuita portugués Francisco de Holanda. Juan de Borja, en su periodo de embajador en la capital lisboeta entabló una gran amistad con él, quien además de inspirar al diplomático español también compuso emblemas para sus memorias *Da Fabrica y Da Sçiençia do Desehno*, para su *Enigma* y su *De Aetatibus Mundi Imagines* (Deswarte-Rosa, 147 y 148). Este pintor estaba muy influido por la espiritualidad de s. Francisco de Borja, con quien compartía además de preocupaciones comunes en los campos de la emblemática y la iconografía bíblica, un interés mayor por la oración mental que la oral, por la defensa de una vida sencilla, el desprecio del mundo, la vanidad, etc. (Deswarte-Rosa, 148; García Mahiques 1998, 37; Ledda 2015, 61). Por otro lado, compartía con Juan de Borja, el huir en lo posible del empleo de la mitología clásica en sus composiciones y potenciaba la utilización de temas de iconografía bíblica e imágenes geométrico-cosmográficas (Deswarte-Rosa, 148). Por ello, las ilustraciones de las empresas de Juan de Borja son severas, sin adorno excesivo con un trazado concreto, nítido y fácil, en las que tampoco aparecen ni el paisaje ni el entorno situacional de los elementos. Esta austeridad de líneas compositivas está basada en motivos “espirituales”, a los que pertenece su último significado ascético-religioso (Ledda 1970, 70) y, sin duda, está conectada a los preceptos inculcados en él por su padre acerca de la parquedad en la vida terrena y su provecho en la futura (Ledda 1970, 77). Tal condensación conceptual, unida al apoyo escasísimo en la mitología clásica, otorga al significante el predominio de la *pictura*, con lo que el grabado pierde eficacia comunicativa, pues se apoya en lo concreto y se torna de difícil aprehensión, de modo que en más de una ocasión es obligatoria la ayuda del comentario (García Mahiques 1998, 49-50), como ocurre, entre otras, en la empresa 12, *Vitam inveniet*, o en la 70, *Sic ex instantibus aeternitas*.

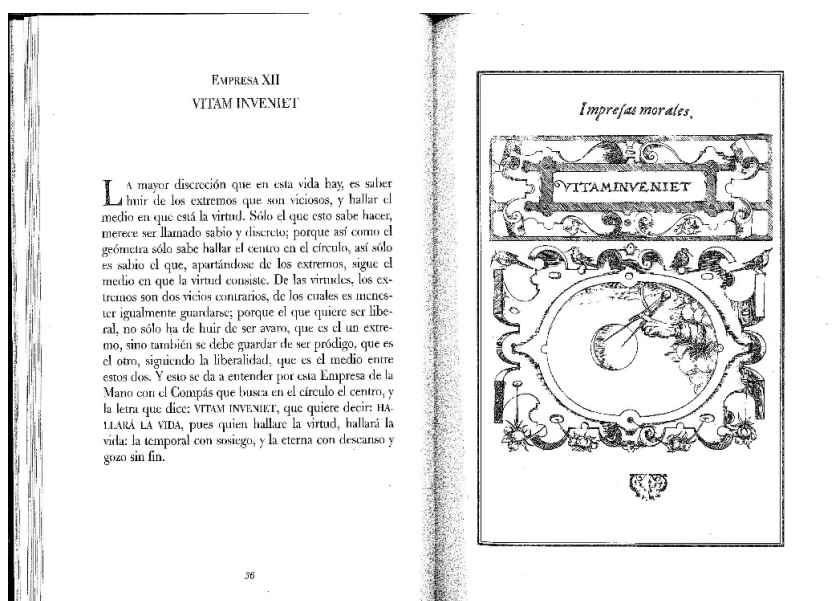


Figura 4. Empresa 12, Juan de Borja, *Empresas morales*

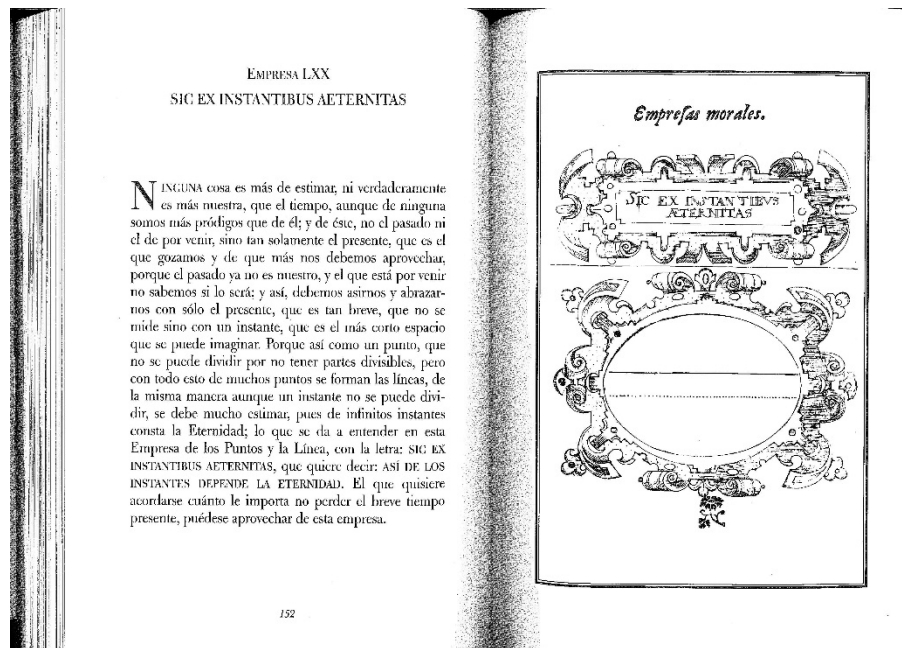


Figura 5. Empresa 70, Juan de Borja, *Empresas morales*

Empresa esta última que se relaciona con las 39 y 60:

78 PRIMERA PARTE,
HODIE VIVE.

EL diferir, y dilatar, poner en execucion, lo que se ha de hazer, es la cola mas dañola, que puede haver, y de donde no succeden fino grandes daños, y aunque esto sea alli verdad en las cosas de la paz, y de la guerra, pero en ninguna es de mayor daño, el dilatarla, que en emendar la vida, por ser esto la cola de mayor importancia, que tenemos, y como tal en ninguna nos ponen nuestros enemigos mas esfuerzos, ni mayores dificultades. Porque aunque muchos entienden el mal camino, que llevan, y muestran delicar retirarle del, son muy pocos los que lo executan, y ponen por obra; y alli a los mas acontece, que primero, que comiencen la vida, en que querrian acabar, se les acaba la vida, que viven, lo que se da a entender en esta Empresa del carro de dos exes, con la Letra que dize en el primero, CRAS. Que es mañana, y en el segundo, HODIE. Que es, Oy. Y la Letra de la Empresa que dize, HODIE VIVE. Que quiere dezir, *Vive oy*. Porque alli como es imposible, que el que estuviere sobre el postrer ex, alcance al que está en el primero, porque siempre vá delante; alli se deve vivir bien, oy, sin dexarlo para mañana, pues nunca el dia de oy alcanzará al de mañana.

HODIE

EMPRESAS MORALES. 79



M I P S E

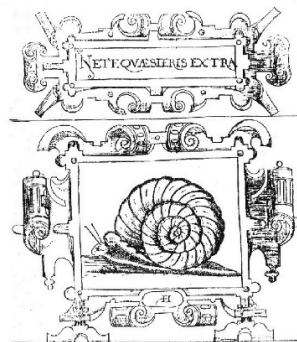
Figura 6. Empresa 39, Juan de Borja, *Empresas morales*

120 PRIMERA PARTE,
NE TE QUÆSIERIS EXTRA.

DE quanta importancia sea al hombre su propio conocimiento, están todos los libros llenos, no sólo los Sagrados, pero aun los profanos. En summa se dize, que quanto cada uno aprovechar en su propio conocimiento, tanto medará en el de Dios, (que es el mayor encarecimiento, que se puede dezir) por importarnos tanto; y assi no conviene ser perezosos, en tratar de conocernos: y para hazer esto, es menester buscarnos, adonde estuviéremos, pues se podrá mal hallar, lo que se buscar, adonde no está. Adonde cada uno se devría buscar, y hallar, es dentro de si mismo, porque si anda derramado, y fuera de si, imposible será hallarse, ni conocerse: lo que se dá à entender por la Empresa del caracol, con la Letra, NE TE QUÆSIERIS EXTRA. Que quiere dezir, *No te busques fuera*. Porque assi, como el caracol nunca sale de su habitacion, y en ella vive estrecha, y apretadamente, de la misma manera el hombre, que viviere conigo, y no se derramare por los sentidos, alcanzará à conocer la pobreza de las alajas, que tiene de sus puertas adentro. Y quanto desto mas supiere, tanto mas alcanzará à conocer la grandeza de las riquezas de la ciencia, y sabiduria de Dios, en que consiste su bienaventurança.

N E

EMPRESAS MORALES. 121



R 3

S I C

Figura 7. Empresa 60, Juan de Borja, *Empresas morales*

Con la 39 (*Hodie vive*) por tratar el mismo tema, los peligros de la procrastinación (García Román & Martínez Sobrino); con la segunda, por la referencia velada a la Compañía, en especial a los *Ejercicios Espirituales* de s. Ignacio, que han de llevarse a cabo punto a punto y sirven para alcanzar la Eternidad, su auténtico propósito (Martínez Sobrino, 2013, 2015; Martínez Sobrino & García Román). Una Eternidad formada por puntos individuales, por momentos únicos que han de respetar unas medidas y dimensiones concretas, puntos cuyo valor se describe en la empresa duodécima, en la que el grabado, un punto medido por una mano y un compás, simboliza el descubrimiento de la vida, como dice Juan de Borja (Borja-García Mahiques 1998, 36): “y esto se da a entender por esta Empresa de la Mano con el Compás que busca en el círculo el centro, y la letra que dice: *vitam inveniet*, que quiere decir: hallará la vida, pues quien hallare la virtud, hallará la vida: la temporal con sosiego, y la eterna con descanso y gozo sin fin.” Una vida que se obtiene a través del desarrollo de la virtud figurada por el punto medido por el compás, que de acuerdo a la tradición iconológica encarna el rigor, la exactitud, la Prudencia, la Justicia, la Templanza, la Veracidad, mientras que el punto representa la perfección, la homogeneidad, la ausencia de división (García Mahiques 1998, 75-76). Se muestra de esta manera la destreza de Juan de Borja en el aprovechamiento de los rasgos definitorios de la empresa, pues explota la relativa oscuridad de la *pictura* al sustituir el horizonte de significación visto en un principio por uno nuevo que oculta e integra el anterior (Chatelain, 324). De esta forma, el mensaje que ha de descifrarse paso a paso, transmite de forma metafórica el recorrido que ha de seguirse como cristiano y cortesano, obligando al lector a buscar en diferentes contextos –remotos y coetáneos– los elementos que le permitan desvelar una doctrina o una realidad conocida (Ledda 2015, 63 y 64).

Como puede apreciarse, la obra de Juan de Borja, a pesar de no ser propiamente una obra emblemática adscrita a la Compañía de Jesús, da muestras claras de la formación recibida por su autor, al tiempo que establece y fija los parámetros característicos tanto de la literatura emblemática española como de la emblemática propia de la Orden creada por s. Ignacio: la transmisión de unos valores morales cristianos y católicos mediante el recurso a una combinación semánticamente pertinente surgida de la fusión de imagen, mote y texto.

Obras citadas

- Bouzy, Christian. "El hombre sabio es un caracol: Una representación emblemática." En Ignacio Arellano & Marc Vitse eds. *Modelos de vida en la España del Siglo de Oro. (Vol. II), El Sabio y el Santo*. Madrid/Frankfurt, Universidad de Navarra, Iberoamericana, Vervuet, 2007a. 117-146. 2 vol.
- . "Emblème et propagande théologico-politique en Espagne au Siècle d'or: le symbolisme de la couronne." *Littérature* 145 (2007b): 91-104.
- Campa, Pedro F. "La génesis del libro de emblemas jesuita." En Sagrario López Poza ed. *Literatura emblemática hispánica. Actas del I Simposio Internacional (A Coruña, 1994)*. La Coruña: A Coruña Universidade, 1996. 43-60. Disponible en Internet: <http://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/9392>
- Cervos, Federico ed. Francisco de Borja. *El Evangelio meditado. Meditaciones para todas las dominicas y ferias del año y para las principales festividades*. Madrid: Razón y Fé, 1912.
- Chatelain, Jean-Marc. "Lire pour croire: mise en texte de l'emblème et art de méditer au VIIe siècle." *Bibliothèque de l'École des chartes*, 1992. 321-351.
- Cruz Suárez, Juan Carlos. "Historieta arcana. Huellas del pensamiento barroco español en las *Empresas morales* de Juan de Borja." En José Miguel Morales Folguera, Reyes Escalera Pérez & Talavera Esteso Francisco José eds., *Confluencia de la imagen y la palabra*. Valencia: Universitat de València, 2015. 167-176. Disponible en Internet: <http://studylib.es/doc/6750804/253-268---sociedad-esp%C3%B1ola-de-emblem%C3%A1tica>
- Dalmases, Cándido de. ed. Loyola, Ignacio de. *Obras completas de San Ignacio de Loyola*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos, 1963.
- . S. Francisco de Borja. *Tratados Espirituales*. Barcelona: Juan Flors, 1964.
- Daly, Peter M. "Sixteenth-century emblems and imprese as indicators of cultural change." En Jon Whitman ed. *Interpretation and Allegory. Antiquity to the Modern Period*. Leiden: Brill, 2001. 383-420.
- Dekoninck, Ralph. "*Ars symbolica et ars meditando*. La pensée symbolique dans la spiritualité jésuite." *Litterature* 145 (2007): 105-118.
- Deswarte-Rosa, Sylvie. "De l'emblema à l'espionnage: Autor de D. Juan de Borja, ambassadeur espagnol au Portugal." En *Tercer Congreso Luso-español*. Coimbra, 1983. 147-183.
- García Román, Cirilo & Martínez Sobrino, Alejandro. "Las fuentes Textuales de la *pictura* de la empresa 39 de las *Empresas Morales* de Juan de Borja." En Javier Alonso Aldama, Cirilo García Román & Idoia Mamolar Sánchez eds. *Stis ammoudies tou Omhrou, Homenaje a la Profesora Olga Omatos*. Vitoria-Gasteiz: UPV/EHU, 2007. 267-277.
- García Mahiques, Rafael. *Empresas morales de Juan de Borja: imagen y palabra para una iconología*. 1998, Valencia, Ayuntamiento de Valencia.
- . "Las Empresas Morales de Juan de Borja. Matizaciones en torno a Emblemática e Iconología." En Sagrario López Poza ed. *Literatura emblemática hispánica. Actas del I Simposio Internacional (A Coruña 1994)*. La Coruña: A Coruña Universidade, 1996. 75-92. Disponible en Internet: <http://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/9375>
- Ledda, Giussepina. "Celar, mostrar, desvelar...: estrategias de remodelización verbo-visual en la emblemática áurea." *Janus* 4 (2015): 58-85.
- . *Contributo allo studio della letteratura emblematica in Spagna (1549-1613)*. Cagliari: Università di Pisa, 1970.

- Martínez Sobrino, Alejandro. “La empresa 60 de las *Empresas Morales* de Juan de Borja. Posible origen textual de la imagen del caracol.” *Imago* 5 (2013): 91-99.
- . “La empresa LX de las *Empresas Morales*. ¿Y por qué un caracol?” En José Miguel Morales Folguera José Miguel, Reyes Escalera Pérez & Francisco José Talavera Estesos eds. *Confluencia de la imagen y la palabra*. *Imago* 3 (2015): 321-329. Disponible en Internet: http://www.emblematica.es/anejos_imago/anejos-3/pdf/25_Martinez_Sobrino_Alejandro.pdf
- Martínez Sobrino, Alejandro & García Román, Cirilo. “Las empresas morales de Juan de Borja instrumento de pedagogía jesuítica.” *Imago* 9 (2017): 73-87.
- Mathieu Castellani, Gisèle. “Le retour de l’emblem.” *Littérature* 78 (1990): 3-10.
- Lubomír, Konecky. “La ilustración de las *Empresas Morales* de Juan de Borja: Erasmo Hornick.” *Ars longa, cuadernos de arte* 3 (1992): 9-12.
- Rambla, Josep Maria ed. *Los ejercicios espirituales de san Ignacio de Loyola. Una relectura del texto (i)*. Barcelona: Cristianisme i Justícia 2008.
- Rodríguez de la Flor, Fernando. “La compañía de Jesús: Imágenes y memoria.” *Hiperión* 3 (1978): 62-71.
- . “Pantalla total. La casa de ejercicios espirituales como *locus* del imaginario jesuítico.” En Rafael Zafra & José Javier Azanza eds. *Emblemática transcendente*. Pamplona: SEE, 2011. 719-729.
- Ruiz Jurado, Manuel. “El sacerdocio jesuítico de s. Francisco de Borja (1551-1554).” *Revista de L’institut internacional d’Estudis Borgians* 4 (2013). Disponible en Internet: <http://www.raco.cat/index.php/RevistaBorja/issue/view/19707>