

GÓMEZ, Jesús (ed.), Paulo Jovio: *Diálogo de las empresas militares y amorosas*. Traducción de Alonso de Ulloa, edición crítica, introducción y notas de Jesús Gómez, Madrid, Ediciones Polifemo, 2012 (Colección *La Corte de Europa*, 7). 320 pp. ISBN: 978-84-96813-70-0.

Aparece ahora, en edición moderna al cuidado de Jesús Gómez, el antiguo *Dialogo dell'impresa militari e amorese*, que Paulo Jovio escribió en 1551 (aunque se publicó póstumamente en 1555), y que en español vio la luz en la temprana traducción de Alonso de Ulloa con el homónimo título de *Diálogo de las empresas militares y amorosas* (1558). “Transcurridos casi quinientos años —dice Jesús Gómez—, la versión de Ulloa ha caído en un olvido inmerecido ya que el diálogo del escritor italiano constituye [...] un testimonio de primera mano para comprender determinadas convenciones y modas de la sociedad cortesana renacentista así como los ideales heroicos que manifiesta la clase dirigente de la época” (p. 9). A través de esta obra, además, podemos obtener información privilegiada sobre muchos protagonistas de la nobleza italiana de la primera mitad del siglo XVI, algunos de los cuales Paulo Jovio conoció y a cuyo servicio estuvo. Como había manifestado Maquiavelo en *El príncipe* (1532) —aunque de una manera menos sistemática y más superficial—, Jovio separa también en su *Diálogo* los principios éticos de los intereses materiales con que se gobernaban las cortes italianas, por lo que en su obra prima la concepción laica por encima de la moral cristiana y de las creencias religiosas. El género de las empresas —mezcla de literatura e iconografía— refleja, en opinión del editor, “la pervivencia de las aspiraciones de una determinada mentalidad caballeresca que, aun cuando hunde sus raíces más profundas en la Edad Media, se desarrolla durante el Renacimiento” (p. 11). Por añadidura, la obra posee un innegable valor histórico, pues en ella el autor —como testigo excepcional por su condición de consejero y cronista de grandes señores— recoge testimonios sobre destacados acontecimientos de aquel momento. El *Diálogo* obtuvo un rápido éxito editorial —con varias ediciones en su lengua originaria y tempranas traducciones al español, francés e inglés— y se presenta como la recreación de una supuesta conversación entre el propio autor y su amigo Ludovico Domenichi (1515-1564), ocurrida en agosto de 1551, cuando ambos se encontraban residiendo en la corte del Duque de Florencia, Cosme I de Médicis.

El estudio introductorio se divide en varios capítulos. En el primero de ellos —titulado “El diálogo con Domenichi” (págs. 16-19)—, el profesor Jesús Gómez expone la importancia de la forma dialogada elegida por Jovio para redactar su obra, ya que ciertas convenciones —como la caracterización de los interlocutores, la mimesis conversacional y el desarrollo argumentativo— “son componentes del género literario fundamentales para interpretar el significado de la obra” (pág. 16), que se desarrolla en su formulación más simple mediante un diálogo pedagógico y dogmático entre dos interlocutores, en el que el propio autor desempeña el papel de maestro y su amigo Domenichi el de discípulo; este, mediante sus preguntas,

permite que Jovio refuerce su *auctoritas* en la materia y desarrolle la exposición de su doctrina acerca de las empresas.

El capítulo segundo —encabezado con la rúbrica “El simbolismo de las empresas” (págs. 20-44)— está consagrado al análisis del género icono-literario del que trata la obra, comenzando por delimitar el concepto del término *empresa*, “en el que se combina la escritura por una parte, es decir el *alma* que [...] corresponde al mote o frase escrita; y, por otra parte, el *cuero* o grabado que reproduce la imagen” (pág. 21). La *empresa* hunde sus raíces en la concepción caballeresca medieval y deriva en gran medida de la imagen heráldica —que cristaliza en el escudo de armas familiar—, tras someterse a un proceso de individualización, fruto del ansia de pervivencia y fama de la nobleza, circunstancia que se produce en el paso de la Edad Media al Renacimiento, cuando los caballeros se hacen cortesanos y ceden su puesto, como principales fuerzas de combate, a la infantería y la artillería. El mérito principal de Jovio —a criterio de Jesús Gómez— consiste “en haber establecido la primera teorización sobre las condiciones que debe cumplir la *perfetta impresa*”, mientras que la originalidad de su obra “reside no tanto en haber decidido recopilar las empresas, como en los comentarios que desarrolla en su diálogo con Domenichi al explicar el origen de cada una de ellas y su posible significado, a la luz de la poética emblemática. Tampoco podemos entender cabalmente el *Dialogo dell'impresa* sin subrayar la importancia del componente teórico introducido por el obispo italiano en la evolución del género icono-literario de las empresas, diferenciado del emblema propiamente dicho, pero también de la tradición heráldica y del blasón familiar” (pág. 29). Y a establecer estas distinciones de género dedica el profesor Gómez las siguientes páginas, centrándose especialmente en las diferencias entre *empresa* y *emblema*, más individual y aristocrática la primera y más didáctico y democrático el segundo, puesto de moda por Alciato en su *Emblematum liber* (1531). Frente a la intención moralizante y generalizadora de los emblemas, “la práctica totalidad de las *impresa militari e amorose* que comenta Giovio sirve para recordar las acciones heroicas y los pensamientos célebres que glorifican la conducta personal de los personajes singulares pertenecientes a la nobleza y a la realeza” (pág. 38), quienes encargan la realización de empresas como medio publicitario de difundir sus glorias personales y consolidar su fama para la posteridad.

En el capítulo tercero —titulado “Las guerras de Italia” (págs. 45-59)—, Jesús Gómez pone el acento en la vinculación que, en su contenido, la obra de Jovio mantiene con las guerras que asolaron el suelo italiano durante la primera mitad del siglo XVI y en las que Francia y España desempeñaron un papel preponderante, cuando se produce una “revolución militar” en la que la infantería y la artillería ganan protagonismo en detrimento de la caballería —ya obsoleta—, lo cual origina una crisis del código de honor caballeresco, que Jovio lamenta en más de una ocasión. El *Diálogo* —aunque escrito como un *divertimento*— guarda una estrecha relación con las obras históricas de Jovio —la *Historia general* y los *Elogios*—,

donde se hace más patente su pensamiento político; gran parte de las empresas recogidas en el *Diálogo* están basadas en episodios bélicos que se refieren de una manera más ordenada en la *Historia general*. Con la invasión francesa, iniciada en 1494, comienza la decadencia de Italia, al romper el inestable equilibrio de los cinco grandes Estados —Venecia, Florencia, Milán, Nápoles y el Papado— y propiciar la final supremacía y tutela española. En esa convulsa situación, los “gobernantes y *condottieri* italianos se ven obligados a desarrollar una política de pactos que tiene su reflejo, como no podía ser de otra manera, en las empresas recopiladas por Jovio. Los militares que las protagonizan luchan por conquistar poder y riquezas, en muchas ocasiones a costa del honor caballeresco, supeditado a los intereses políticos que condicionan sus continuos cambios de bando, dependiendo de las sucesivas alianzas y ligas entre los poderosos” (pág. 51). El *Diálogo* contiene numerosas alusiones a distintos episodios bélicos de las guerras de Italia, de los que —en algunos casos— Jovio fue testigo presencial, aunque en esta obra no se hace tan patente su antiespañolismo como en la *Historia general*. Si bien el *Diálogo* alude con frecuencia a asuntos militares, Jovio ofrece “una visión estrictamente cortesana de la actividad bélica, al servicio de las relaciones sociales que protagonizan ilustres miembros de la nobleza italiana o italo-española” (pág. 56), aunque otras empresas tienen un trasfondo exclusivamente cortesano y expresan las aspiraciones personales de sus protagonistas. Frente a la *Historia general*, en la que Jovio pone de manifiesto los intereses políticos que dividen a Italia, las empresas del *Diálogo* propugnan unos valores nobiliarios y cortesanos de los que “se deducen modelos de comportamiento que, aunque de carácter individual y singularizado, forman parte de una determinada mentalidad aristocrática, herencia de la caballería medieval, difundida por Italia y el resto de Europa durante el siglo XVI [...]. Animado por la caracterización dialógica y por la ficción conversacional, el *Dialogo dell'impresa* ofrece una visión personalizada de las cortes italianas, en la que abundan los recuerdos autobiográficos que había acumulado el propio dialoguista, como cortesano experimentado y testigo privilegiado de aquella hoguera de las vanidades” (pág. 59).

En el cuarto capítulo —rotulado como “Las relaciones cortesanas” (págs. 60-88)—, el profesor Gómez analiza la imbricación de las empresas del *Diálogo* de Jovio con el ambiente sociocultural de las cortes italianas del Renacimiento quinientista, que tan bien conocía el autor. Este manifiesta en su obra una clara predilección por la familia Médicis, a la que pertenece su mecenas —el Duque Cosme I (1519-1574)— cuando escribe la obra, como asimismo deja ver su simpatía por otros ilustres linajes italianos, al tiempo que se lamenta por el estado de postración de la nobleza, sometida a los dictados del emperador Carlos V. Tras hacer un recorrido por los grandes señores, cardenales y papas a cuyo servicio estuvo Jovio, el profesor Gómez pone el acento en la influencia que el nuevo modelo humano —el del cortesano, hombre de armas y letras, discreto, prudente y de buenas costumbres, pero también de amena y agradable conversación— tiene en

la elaboración del *Diálogo de las empresas*, género —aunque distinto— relacionado con el de las facecias y narraciones entretenidas que demandaba la refinada sociedad cortesana del momento. La agudeza conceptual y el humor ingenioso son ingredientes esenciales de las empresas, que se van encadenando sin un aparente orden preconcebido a lo largo de la conversación, aunque se percibe un predominio absoluto de las empresas militares sobre las amorosas y una adecuación entre el tema de cada empresa y el personaje que la protagoniza, que por lo general pertenece al estamento nobiliario. Casos particulares de empresas militares y amorosas, de protagonistas masculinos y femeninos, nobles y plebeyos, son estudiados en sus rasgos caracterizadores por el profesor Gómez, quien concluye que “el reconocimiento público de la propia personalidad es uno de los factores determinantes en la génesis de la empresa, según corresponda al carácter y condición de quien la protagoniza. Frente a las figuraciones heráldicas asociadas a las imágenes que representan a todo un linaje, el individualismo de la mayoría de las empresas determina la impronta personal de cada una de ellas” (pág. 81). Los jeroglíficos de Horapolo, publicados en 1505, reforzaron el valor simbólico de las empresas, género que se contamina con las corrientes ideológicas y estéticas del momento y, aunque “tiene profundas raíces medievales vinculadas a la literatura caballerescas, participa de la corriente humanística mediante las citas eruditas” de sus motes, mayormente “compuestos en latín, siguiendo la preceptiva del género”; estos, por su sentenciosa brevedad, se pueden “relacionar también con la tradición humanística de los apotegmas y adagios, de los *facta et dicta memorabilia*” (págs. 83-84).

El capítulo quinto —rotulado con el marbete “La traducción de Ulloa” (págs. 89-108)— está consagrado a analizar las particularidades de la versión castellana del *Diálogo* de Jovio, realizada por Alonso de Ulloa. Considera primero Jesús Gómez las estrechas relaciones que existieron entre España e Italia durante aquel siglo, de dominio político y militar —en el caso de España— y de primacía cultural y literaria —en el caso de Italia—. Establece, a continuación, la peripecia vital de Ulloa en Italia, como soldado, escritor y traductor. La traslación castellana de Ulloa vio la luz por vez primera en Venecia, en 1558, y en ella confiesa con orgullo haber añadido tres empresas nuevas de su propia cosecha: una sobre él mismo y las otras dos relativas a Hernán Cortés y al también escritor Jerónimo de Urrea, amigo suyo. La traducción del texto es casi siempre literal, pues Ulloa persigue el ideal de fidelidad rigurosa con el texto original, y en ella se detectan frecuentes italianismos, algunos pasajes defectuosos —que el editor ha corregido convenientemente— y pequeños añadidos y modificaciones para puntualizar el significado. El profesor Gómez expone, finalmente, la progresiva evolución conceptual del término italiano *impresa* —que vino a dar el español *empresa*—, perceptible en algunos textos literarios del siglo XVI. La traducción veneciana de 1558 sorprendentemente carecía de grabados —indispensables en un libro como este—, ausencia que corrigió el librero Guillaume Roville en la edición ilustrada que llevó a cabo en

Lyon entre 1561 y 1562, en la que aparecen 102 xilografías que Jesús Gómez reproduce en su edición crítica de la obra.

En el capítulo sexto y último —titulado “La edición de Roville” (págs. 109-115)—, el profesor Gómez expone las características de esta segunda edición castellana del *Diálogo* de Jovio en versión de Ulloa, a la cual añadió el *Razonamiento* de Domenichi —especie de continuación de la obra de Jovio— y las *Devisas o emblemas heroicas y morales* del florentino Gabriele Simeoni. La impresión se llevó a cabo en dos tiradas —una que lleva el año de 1561 y otra en la figura el año de 1562— y en ella Roville reproduce el texto de la edición veneciana de 1558, añadiéndole los grabados —que mandó entallar a Thomas Arande, conocido como “Maître à la Capeline”— siguiendo las figuras de un manuscrito de la obra que le había hecho llegar el propio Domenichi, en el que aparecían las mencionadas ilustraciones y que hoy se halla perdido. La incorporación de las 102 xilografías constituye el mayor acierto de la edición de Roville, no solo por la calidad y belleza de las mismas, sino porque el propio Jovio, en el diálogo, censura como imperfectas aquellas empresas que no van acompañadas del pertinente *cuero* o imagen, o cuando no existe una adecuada correspondencia entre la imagen y el texto que la acompaña. “Sin los grabados, que no son un elemento accesorio, resultaría mucho más difícil, si no imposible, comprender el diálogo de Giovio” (pág. 113). La edición de Roville adolece, por el contrario, de algunos defectos de bulto: duplica la parte final del diálogo con otra versión castellana anónima, más imperfecta que la de Ulloa, e introduce alteraciones en el orden de las empresas, que restituye Gómez en su edición.

En el apartado “Esta edición” (págs. 116-127), Jesús Gómez establece los criterios seguidos en la realización de su edición crítica del *Diálogo* de Jovio traducido por Ulloa. En primer lugar, descarta el *Razonamiento* de Domenichi y las *Divisas* de Simeoni —que se editaron en 1561-1562 junto con el *Diálogo*—, por tratarse de dos obras independientes de distintos autores, aunque la primera sea una continuación y la segunda una imitación del *Diálogo*. El texto que reproduce corresponde al cotejo de los dos testimonios conservados de la obra, los correspondientes a las ediciones de Venecia, 1558 (testimonio A), y de Lyon, 1561-1562 (testimonio B), que la sigue casi literalmente, excepto en el añadido de las xilografías; además, corrige los errores de ambas mediante el cotejo con el texto de la edición original italiana de la obra (1555), de otras posteriores y de una copia manuscrita incompleta. Todas estas decisiones quedan reflejadas en un aparato de variantes, recogidas en las notas. En la presentación gráfica del texto, el profesor Gómez ha optado por un conservadurismo coherente y moderado, cuyas particularidades explica. Igualmente, el editor aclara los criterios empleados en la realización de las notas y la diversidad tipológica de las mismas. La presente edición se justifica —a juicio de Jesús Gómez— porque el *Diálogo de las empresas* contribuye a “explicarnos no sólo el género de las empresas con respecto a la tradición emblemática, sino también los ideales heroicos de la sociedad cortesana

del Renacimiento, que hunden sus raíces más profundas en la cultura caballeresca de origen medieval, como queda patente en este diálogo de Jovio” (pág. 127). Tras el texto del *Diálogo* (págs. 131-293), el libro se completa con una amplia “Bibliografía” (págs. 295-310), un “Índice de empresas con grabados” (págs. 313-315) y un “Índice de motes” (págs. 316-318).

El *Diálogo de las empresas militares y amorosas* de Jovio es obra de capital importancia para el tema específico del que trata, pero también para el estudio de la literatura humanística hispano-italiana y de la historia y el pensamiento europeos del siglo XVI. Con esta nueva edición —realizada con pulcritud y rigor por Jesús Gómez, quien le añade un adecuado e ilustrativo aparato de notas e ilustraciones— se pone en manos del especialista y del lector interesado un material de extraordinario valor para ese conocimiento.

Antonio CASTRO DÍAZ

GARROTE BERNAL, Gaspar: *Tres poemas a nueva luz. Sentidos emergentes en Cristóbal de Castillejo, Juan de la Cruz y Gerardo Diego*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2012, 150 pp.

En *Tres poemas a nueva luz* Gaspar Garrote Bernal no solo recoge artículos publicados con anterioridad, sino que, como él mismo dice en la presentación, introduce cambios de distinto calado (“de contenido y estilísticos”, p. 11), y, además, unifica los que versaban sobre Juan de la Cruz; de este modo se funden voz (algunos gozaron de una versión oral) y palabra en un todo, que, ateniéndonos únicamente a las fechas oficiales, supone un trabajo ininterrumpido sobre estos asuntos desde 2005; estamos, pues, ante un libro, no una suma de artículos, como se aprecia en el hecho, no banal, de que solo haya una bibliografía, que se da al final del volumen, así como en la presentación de propuestas metodológicas, las vinculaciones de unas partes del texto con otras y el diálogo constante con la crítica anterior, bien sea para desarrollarla, bien para rechazarla.

La primera parte, “A pelo y pluma: algoritmos de conceptos en Castillejo y *La Pícaro Justina* (con una digresión para uso de cervantistas)”, reinterpreta en clave erótica el *Diálogo entre el autor y su pluma* de Castillejo, apoyándose para ello, entre otros textos, en el “Número primero. Del melindre al pelo de la pluma” de la *Introducción general a La Pícaro Justina* y en Cervantes. Establece el crítico un sistema teórico para clasificar los tipos de sentidos encubiertos (los “algoritmos”) y explicar cómo se pueden dar a la vez mensajes opuestos en un mismo enunciado; además, documenta términos que pueden tener un significado erótico: “escribir”, “hablar”, “pluma”, “pella”, “remo”, “nave”, “tintero”, “jornada”, etc., llegando hasta el XV, pero sin perder de vista la interpretación global del texto que está analizando.