



JOVIO, Paulo. *Diálogo de las empresas miliars y amorosas*. Madrid: Ediciones Polifemo, 2012. ISBN 978-84-96813-70-0

El *Diálogo de las empresas militares y amorosas* de Paulo Jovio, no editado en su versión española desde 1562, ve la luz cuatrocientos cincuenta años después en esta edición, al cuidado de Jesús Gómez, que presenta al lector moderno un texto riguroso de la obra junto a un generoso *corpus* gráfico –los grabados de las distintas empresas– con el que quedan ilustrados los comentarios realizados por Domenichi y el propio Jovio en el curso de su conversación sobre las mismas, verdadero eje de la composición. Como preámbulo a la edición, J. Gómez, especialista en el diálogo del Siglo de Oro, ofrece asimismo una completa introducción que sirve para situar el género de las empresas en la historia cultural renacentista y explicar la relevancia de la presente obra como primera reflexión teórica sobre la naturaleza y carácter formal de las empresas dentro del universo de la emblemática. Con ello, la filología salda una antigua deuda contraída con el autor lombardo, cuyo diálogo constituye –en palabras del editor– un excelente testimonio para conocer determinadas convenciones y modas de la sociedad cortesana del Cinquecento, así como para cobrar conciencia de los ideales heroicos que inspiraban entonces los actos de la clase dirigente.

En lo que respecta al texto propiamente dicho, es preciso señalar que J. Gómez trata de reconstruir en su más depurada forma la traducción española que del *Dialogo dell'impresa militari e amorese* de Paulo Jovio –compuesto en 1551 al calor de la corte de Cosme I de Médicis, pero no publicado hasta 1555– hizo Alonso de Ulloa pocos años después. Dicha versión fue impresa por vez primera en Venecia, 1558, mas sin la compañía de los grabados –tan necesarios para la completa percepción de las empresas, compuestas de cuerpo (imagen) y alma (mote o frase)–; carencia que propiciaría la preparación de una nueva edición en Lyon, 1561-1562, con ligeras modificaciones textuales, donde se añadía ya un completo aparato gráfico preparado a propósito para la ocasión por encargo del impresor Guillaume Roville. La presente edición, por tanto, combina las virtudes de ambos testimonios –A y B, respectivamente–, pues si la impresión veneciana se erige en texto base, es la edición lyonesa la que aporta el conjunto de grabados que hacen del presente volumen, magistralmente presentado por Polifemo, una verdadera joya bibliográfica por la que desfilan las empresas de las más prominente figuras de su tiempo –de Francisco I a Carlos V, de Vitoria Colonna a Erasmo de Róterdam– traídas a colación por unos interlocutores que, las más veces, extraen la materia de su plática de la historia reciente de Italia.

RESEÑAS

Y es que el *Diálogo de las empresas militares y amorosas* no representó para el afamado historiador Paulo Jovio –tal y como se explica en la introducción– sino un pasatiempo de madurez elaborado a partir de sus propias crónicas, de las que fueron entresacadas las memorables empresas compuestas por y para los grandes protagonistas de la época, quienes, por medio de aquel nuevo género de la tradición heráldica –de sentido distinto a los emblemas de Alciato–, trataron de singularizarse, frente a la divisa familiar, mediante la recreación icónica de algún rasgo prominente de su persona o de algún hecho heroico con el que quedase acrecentada su fama. Las empresas, por consiguiente, fueron empleadas por los grandes caballeros y damas del Renacimiento para exhibirse públicamente –empleando su vestimenta, sus banderas, la fachada de sus casas o ciertas medallas como soporte material de las mismas– en la escena de la Corte, siempre ante el ojo que mira, en busca de la inmortalidad. De ahí que las empresas hayan sido consideradas como genuina manifestación de aquella filosofía del caballero que, integrada en la nueva mentalidad renacentista, ponía su acento en la exaltación mundana del individuo, un individuo ansioso de gloria y reputación aun a costa de actos violentos o poco edificantes, como los saqueos, asesinatos, venganzas y traiciones que rememora Jovio al referirse a no pocos personajes. En ese sentido, las convulsas guerras de Italia, que sacudieron la Península desde la invasión francesa de 1494, ofrecieron al autor un extenso repertorio de casos con el que componer un rico mosaico de imágenes y frases elaboradas, literalmente, para la historia.

Además de las características formales de las empresas –justa proporción de cuerpo y alma, relativa oscuridad de la interpretación, hermosa apariencia, imágenes sin figuras humanas, y mote redactado en idioma no materno–, que representarán un referente constante para los tratadistas posteriores hasta tiempos de Baltasar Gracián, resulta particularmente interesante para los estudios sobre la Corte la reflexión introducida por J. Gómez al explicar la eclosión del género durante la primera mitad del siglo XVI, pues este formó parte de la exaltación ornamental de sí misma experimentada por la caballería en un mundo, el de la Corte, donde se había consumado ya su ocaso tras ceder su preeminencia en el arte militar a la infantería y a la artillería. Con ello, las empresas compiladas por Jovio dan cuenta de la riqueza y complejidad de la cultura renacentista, en la que el clasicismo se iba asentando como tipología dominante (mediante la reelaboración del legado antiguo) al tiempo que las formas estéticas de raíz medieval, como la que nos ocupa, adquirirían nuevo sentido bajo el influjo de la nueva realidad política –el fenómeno Corte– y de la nueva mentalidad aparejada a la misma, que permitieron la pervivencia estilizada de los ideales caballerescos (al margen de su funcionalidad) una vez engastados, como excelente adorno y aderezo, en la distinguida figura que Castiglione elevaría a la categoría de arquetipo para los grupos privilegiados: la de cortesano.

El *Diálogo de las empresas militares y amorosas* pone de manifiesto también, a través de la traducción española de Alonso de Ulloa, el papel ejercido por Italia y los autores italianos como necesarios intermediarios entre el legado clásico, recuperado sistemáticamente por los humanistas, y la tradición cultural española, pues fue a través de aquellos frutos en lengua

RESEÑAS

romance –desde la lírica petrarquista a las obras teatrales, desde el bucolismo al diálogo o la epístola– como pudo incorporarse al ámbito hispánico aquel generoso caudal de géneros y estilos, hasta configurar un único espacio cultural entre España e Italia –tal y como describe J. Gómez– durante los siglos que se mantuvo estable la presencia española en la Península italiana. De ahí que resulte de tanta trascendencia para los hispanistas y, en general, para los historiadores de la cultura, conocer al detalle cuándo y cómo se produjeron dichos flujos y movimientos de intercambio, que tuvieron en las traducciones uno de sus principales vehículos. No sorprende, por tanto, que para afrontar con rigor el estudio de aquel período desde la recepción, esto es, considerando lo que aquellos hombres sabían y leían, sea de importancia crucial la recuperación y estudio de traducciones como la de Alonso de Ulloa. En ese sentido, J. Gómez acierta de lleno en la elección de su objeto de estudio, hasta el punto de que sería deseable que, en años venideros, otros trabajos incidieran en esta misma línea –con textos de Aristóteles, Cicerón, Séneca, Castiglione, Della Casa o Guazzo, por citar solo algunos autores fundamentales para los estudios sobre la Corte– con el fin de conocer con precisión, a través de las traducciones impresas en lengua española, las fronteras del contexto cultural en el que germinaron las mejores obras de nuestro Siglo de Oro.

Por todo ello, la edición del *Diálogo de las empresas militares y amorosas* de Paulo Jovio, en la traducción de Alonso de Ulloa, que presenta Ediciones Polifemo de la mano de J. Gómez constituye un referente obligado para quienes se aproximen al universo de la emblemática y, más en concreto, al de las empresas, que recibieron en la presente obra su primera definición teórica. Gracias a su cuidado texto, que se ofrece profusamente anotado y que cuenta con su correspondiente aparato crítico al final del volumen, y al estudio introductorio que lo precede, donde el género de las empresas, el contexto histórico en el que surgieron y la historia editorial de la obra quedan suficientemente reseñados, el lector dispone ya, por consiguiente, de un adecuado instrumento para introducirse en el texto de Jovio desde la perspectiva del hispanismo. Con el mismo, los estudios sobre la Corte en España dan un paso más en su propósito de dar a conocer la cultura cortesana que floreció a lo largo del Antiguo Régimen al calor de las grandes monarquías europeas o, como es el caso, al abrigo de las pequeñas cortes italianas, desde las que se irradió a todo el continente, a través de textos como el que nos ocupa, una nueva tipología cultural que solo puede ser comprendida en su totalidad a la luz del fenómeno Corte y de la nueva forma de vida que triunfó en su seno.

**-Eduardo Torres Corominas-
Universidad Complutense de Madrid**