

El fenómeno verbovisual de la emblemática presente en *Emblecat*

Rafael García Mahiques

Presidente de la Sociedad Española de Emblemática

La edición de Augsburgo, en 1531, del *Emblematum liber* del jurista milanés Andrés Alciato supone el inicio de la literatura de emblemas en toda Europa. Gracias a esta obra, la palabra emblema viene a imponerse como denominación de unas imágenes, cuyo origen más inmediato es el jeroglífico renacentista. El espíritu que anima estos «emblemas» es sin duda la intención moralizante. Alciato trata de inculcar en el lector una serie de nociones morales a través del ejemplo, el recurso alegórico ilustrado, el cual se presenta por medio de un grabado al que acompañan un lema y un epigrama latino. Se loan virtudes, como se condenan vicios. Por medio de la erudición clásica, los emblemas entroncan con doctrinas éticas antiguas y, sobretodo, con la moral cristiana. Lo más original en Alciato, es el empleo de elementos procedentes de la tradición jeroglífica, puestos codo con codo junto a otras tradiciones, en especial pasajes de la mitología y literatura clásicas. Los dioses griegos y romanos se dan también la mano con personificaciones procedentes de la alegorización medieval, así como con animales y seres cuya filiación y simbología pasa también por los bestiarios de los siglos del medioevo.

Los críticos han establecido ya de una forma más o menos sistemática los precedentes que conforman la antesala del emblema. Habría que concretar, en el caso de Alciato, la *Antología Griega* de Planudes que él mismo tradujo y utilizó en la confección de sus emblemas, las colecciones renacentistas de Adagia, como los de Erasmo, los jeroglíficos egipcios en la línea de Horapolo, las empresas de los caballeros italianos, las medallas conmemorativas, la heráldica, etc. Así también los sistemas interpretativos que componen su filosofía. Esta última se basaría en el sistema exegético medieval, o teoría de los cuatro sentidos: histórico, moral, alegórico y anagógico, así como en la configuración moderna de las artes de la memoria.

La creación de emblemas, como señaló S. Sebastián —que en su día fue el principal impulsor de esta clase de estudios en la universidad española—, en su introducción a la edición de los *Emblemas* de Alciato, apareció primeramente como un juego del intelecto para conseguir un sentido, el cual debía aparecer de la forma más enigmática posible. Alciato hablaba de *aliquid ingeniose ab ingeniosis excogitatum*. En un principio pues, prevaleció el gusto humanista por la sutileza intelectual. Pero pronto esto cambió, y fue cuando los comentaristas de Alciato y los nuevos libros de emblemas que fueron apareciendo, convirtieron al emblema como un vehículo didáctico ideal, destinado a hacer fortuna en los tiempos del Manierismo y del Barroco.

EMBLECAT**Revista de l'Associació Catalana d'Estudis d'Emblemàtica. Art i Societat.**

La obra de Alciato conocerá diversas traducciones a lenguas europeas, y a partir de ésta los libros de emblemas se sucederán y convertirán en gran exponente para la expresión de la moral y de las ideologías, al tiempo que reunirán todo un código de imágenes que repercutirá enormemente tanto en la literatura como en las artes visuales. En el ámbito hispánico, el primer libro de emblemas que circuló fueron las *Empresas Morales* de Juan de Borja, el segundo hijo de san Francisco de Borja y embajador de la monarquía hispánica en Praga, en la corte del emperador Rodolfo II, ciudad en cuyas prensas apareció, en 1582, su *editio princeps*, la cual creó un modelo y un estilo propiamente hispano.

Pero la emblemática no es estrictamente un fenómeno literario ni libresco. Si tal cosa fuese así, probablemente no quedaría muy justificada una publicación de este tipo en Cataluña, ya que la producción emblemática en lengua catalana es prácticamente insignificante, puesto que la época de esplendor de este fenómeno literario coincide con el paréntesis de la decadencia de las letras catalanas. Pero la emblemática es un fenómeno verbo-visual cuyo impacto sobrepasa el ámbito literario y afecta fundamentalmente a la manera en que los agentes culturales de los siglos XVI, XVII y XVIII toman determinados vehículos para proyectar sus ideas y su modelo de sociedad. Así pues, en un momento en que no existe aún la propaganda —es éste un fenómeno propio de los medios de comunicación de masa en el mundo contemporáneo—, la emblemática, fundamentada sobre los recursos retóricos de la persuasión, como la metáfora y la alegoría visuales, se convierte en el recurso más importante de la creación de discursos icónicos con vistas a la difusión de las ideas. Es de este modo como cabe encajar todo el universo del arte visual —en realidad, verbovisual— de nuestros siglos de la Edad Moderna.

Debemos saludar aquí la reciente aparición del grupo de investigación «Emblecat», formado por un numeroso grupo de investigadores —sobre todo jóvenes, los cuales ofrecen aquí un elenco envidiable de artículos—, centrado especialmente en la investigación del universal fenómeno emblemático desde la óptica cultural de Cataluña, y nos felicitamos de que estos estudios puedan así enraizar en el ámbito de la cultura catalana.