

# LAS EMPRESAS DE LAS REINAS DE CASTILLA (1504-1611)<sup>1</sup>

NIEVES PENA SUEIRO  
*Universidade da Coruña*

Fue una costumbre arraigada entre la nobleza, heredada de la tradición caballeresca medieval, escoger una empresa o divisa que recogiese el ideal de vida de quien la llevaba y reproduciese sus acciones y pensamientos. Así lo hicieron los reyes castellanos y también las reinas, que, como es lógico, no permanecieron ajenas a esta práctica. Aunque el tema de la emblemática regia ha sido ya tratado por varios

investigadores<sup>2</sup>, atendiendo sobre todo a algunos motivos recurrentes como la representación solar, hasta el momento apenas hay trabajos sobre las empresas de las reinas o consortes de reyes. Por ello nos pareció oportuno tratar de ofrecer una aproximación a esta cuestión, y presentamos aquí un trabajo en el que se ha utilizado como fuente principal la obra *Empresas de los Reyes de Castilla*<sup>3</sup> (Fig. 1). Creo que es relevante saber que este libro se realizó a instancias del Cardenal Infante don Fernando de Austria, quien, teniendo entre sus manos la obra de Giovio, *Dialogo dell'impresie militari e amorose*, y viendo que no había ninguna similar en España, encargó a don Francisco de la Reguera, gentilhombre de su Cámara<sup>4</sup>, que reuniese las empresas



Fig. 1. Portada del ejemplar conservado en la Biblioteca Nacional de España

<sup>1</sup> Este trabajo se inscribe en el proyecto de investigación cofinanciado por el Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (I + D), Ministerio de Educación y Ciencia de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER): «Biblioteca Digital Siglo de Oro III», código: FFI2009-08113 (subprograma FILO).

<sup>2</sup> Ver Mínguez, 1996 y 2007; R. de la Flor, 1996, etc.

<sup>3</sup> Esta obra permaneció inédita hasta que, hace muy poco, salió a luz de la mano de Hernández Alonso, 1991, que utilizó para su edición el único testimonio manuscrito (conservado en la Biblioteca del Seminario Diocesano de Valladolid), al que faltaban las imágenes de 5 empresas. Recientemente se localizó otro ejemplar en la Biblioteca Nacional de Madrid, este completo y con algunas adiciones del copista, que es el que empleamos en este trabajo.

<sup>4</sup> Hasta el momento no hemos podido confirmar este dato, a pesar de que se han realizado varias búsquedas. Simón Díaz, 1981, no lo incluye entre los escritores-criados de la casa de Austria; tampoco Aldea Vaquero, 1997, lo cita al tratar de la composición de la Casa del Cardenal Infante.

que usaron los reyes castellanos. Y este así lo hizo, componiendo un libro donde recoge las empresas de veinticinco. Los monarcas representados son: Ramiro II, Fernando IV, Sancho IV, Fernando III, Alfonso X, Alfonso XI, Enrique II, Juan I, Enrique III, Enrique IV, Pedro III de Aragón, Pedro I de Castilla, Fernando el Católico, Felipe I, Juana «la Loca» de Castilla, Carlos V y su esposa Isabel de Portugal, Felipe II y sus esposas (María de Inglaterra, María Manuela de Portugal, Isabel de Valois y Ana de Austria), Felipe III y su esposa Margarita de Austria, y Felipe IV. De algunos reyes reúne dos empresas (Fernando el Católico, Felipe III), tres (Alfonso X y Carlos V) ó cuatro (Felipe II), de tal forma que se constituye en una obra en la que se reproducen y glosan treinta y cuatro empresas, de las cuales veintisiete son de reyes —comenzando por Ramiro II y terminando en Felipe IV— y sólo siete de reinas. La disposición de las empresas no respeta el orden cronológico, por lo menos hasta Carlos V; a partir de aquí sí se sigue de forma escrupulosa la línea sucesoria y además, después de las de cada rey se incluye la de su/s esposa/s. El libro presenta algunas lagunas en lo que se refiere a empresas de reyes medievales; quizás la escasez de datos o fuentes haya sido la causa de esta omisión. Las empresas no van numeradas y se disponen en una estructura tripartita, como si se tratase de emblemas: constan de una *pictura* y un mote, enmarcados en una orla con motivos arquitectónicos o marinos a la que se añade siempre una cartela en la parte superior o inferior donde se indica el nombre de la persona a la que corresponde la empresa; en la página siguiente se inserta un soneto, al que complementa una glosa en prosa, al estilo de los emblemistas españoles.

Todo parece indicar que para la realización de esta obra, don Francisco de la Reguera se sirvió de otros libros de empresas italianos, como el de Giovio, ya citado, que él mismo señala como fuente, pero también el de G. Ruscelli, *Le imprese illustri*, y, sobre todo, el de J. Typtotius *Symbola divina y humana*, con el que coincide en algunas imágenes<sup>5</sup> y de donde puede haber tomado algunos conceptos<sup>6</sup>. Aunque la difusión de estas obras fuese minoritaria en la España del primer tercio del siglo XVII, es muy probable que la posición de Reguera le permitiese el fácil acceso a bibliotecas y colecciones privilegiadas, como las que se albergaban en el



Fig. 2. Empresa de Isabel la Católica

<sup>5</sup> Todavía no hemos podido averiguar si Reguera toma como fuente a Typtotius o si ambos han utilizado las mismas fuentes (monedas, medallas, etc.) y por eso coinciden en las empresas de algunos reyes.

<sup>6</sup> Como por ejemplo la utilización de la palabra «hierografías» (que no recogen ni Covs. ni Aut.) para explicar que las empresas constituyen una descripción de cosas sagradas; sin embargo Typtotius sigue estrictamente el orden cronológico, cosa que no siempre hace Reguera.

Alcázar<sup>7</sup>, que pudieron servirle como fuente: él mismo indica en varias ocasiones que posee sus propias colecciones de monedas y medallas<sup>8</sup>.

El rastreo de fuentes muestra que don Francisco estaba al tanto de la literatura emblemática europea (algunas de las obras en las que se basa aún no se habían publicado en España) y conocía bien la preceptiva para la elaboración de empresas<sup>9</sup>. Sin embargo, en la obra no se respetan las normas en lo que se refiere a la ausencia de la figura humana en la *pictura* y al idioma del mote, pues la labor de don Francisco era la de recopilador de las empresas utilizadas por los reyes, y por lo tanto, debía de reproducirlas tal y como las usaron.

El libro *Empresas de los Reyes de Castilla* reúne siete empresas de mujeres, aunque de ellas sólo una fue reina propietaria, Juana de Castilla; cinco fueron reinas consortes: Isabel de Portugal, María de Inglaterra, Isabel de Valois y Ana de Austria, esposas de Felipe II, y Margarita de Austria, esposa de Felipe III; y, por último, María de Portugal, esposa de Felipe II, que se murió antes de que este fuese rey pero que de la Reguera incluye. Resulta bastante extraño que la empresa de la reina Isabel la Católica, una de las más conocidas (Fig. 2), no se recoja aquí. Las empresas aquí reunidas representan a las mujeres que forman parte de la monarquía española en poco más de un siglo, el período que va de 1504 a 1611, y si consideramos la ascendencia de don Fernando de Austria, corresponden a los reinados desde su tatarabuela, la reina Juana de Castilla, hasta su madre, Margarita de Austria.

La primera empresa femenina que inserta don Francisco en su obra es la de

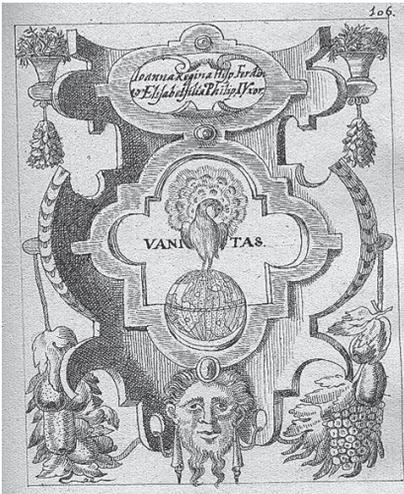


Fig. 3. Empresa de Juana de Castilla

la reina Juana de Castilla (Fig. 3), hija de los Reyes Católicos, que accede al poder tras la muerte de su madre en 1504 y pasó a la posteridad como Juana la Loca. Es la única empresa de una reina de Castilla, castellana (nacida en Toledo). En ella se representa la figura de un pavo real con la cola extendida y mirándose los pies sobre un globo terrestre y el mote *VANITAS*. La imagen del pavo real que extiende su cola para ostentar su belleza y al mirar sus pies deformes recoge enseguida su rueda como muestra de la vanidad y el desencanto fue utilizada como motivo emblemático en otros autores<sup>10</sup>; sin embargo, no es frecuente la utilización del pavo sobre el globo terrestre, que vemos en

<sup>7</sup> Sobre la biblioteca del Alcázar puede consultarse Aldea Vaquero, 1997, p. 50 y ss. y Bouza Álvarez, 2007; acerca de la galería de retratos encargada por Felipe III, ver Tormo, 1916.

<sup>8</sup> Tanto en el prólogo como en las glosas que hace a las empresas de María de Inglaterra y Ana de Austria.

<sup>9</sup> Como puede notarse al leer la glosa a la empresa de Fernando IV.

<sup>10</sup> En España, Villava, *Empresas Espirituales*, la emplea en su empresa II, 27.

Typotius, y que parece una variación del motivo del águila sobre el mundo para señalar una revisión clara del concepto que quiere significar, contraponiendo la idea de gloria y dominio del orbe a la de vanidad y desengaño. Pero la íntima relación entre pavo real y Hera/Juno permiten deducir otra interpretación de la empresa: Juno, reina del Olimpo, cuyo nombre semeja al de Juana, reina de Castilla, era esposa legítima de Júpiter, bien conocido por sus devaneos amorosos y sus infidelidades, al igual que el marido de la reina, Felipe el Hermoso. Juno, extremadamente celosa y vengativa, fue consagrada como protectora de las casadas, atributo asimilado a su ave, que sustituirá a la imagen de la diosa en diversas monedas romanas, como recuerda Valeriano<sup>11</sup>; esta idea de Juno-pavo real, como protector del matrimonio y de la concordia, podemos encontrarla también en Cartari<sup>12</sup>. Por lo tanto, como señalábamos antes, esta empresa presenta dos niveles de significación: en una primera aproximación se percibe la idea de desengaño del mundo, de vanidad; un acercamiento más agudo permitiría deducir que si el águila real, ave de Júpiter, aparece frecuentemente sobre la esfera terrestre para simbolizar a los reyes o emperadores que dominan el mundo, el pavo real, será el ave de Juno, y simbolizará a la reina; los ojos de la cola del pavo real, imagen de Argos, vigilarán por la concordia, y la mirada dirigida a sus feos pies indicarán la intención de la reina de censurar todos los asuntos vanos en aquellos territorios que domina.

Resulta bastante llamativo que en esta empresa no haya ninguna referencia al amor, porque precisamente si algo nos recuerda a la reina Juana la Loca es su locura de amor.

Las otras seis empresas femeninas que se recogen en esta obra corresponden a las seis reinas consortes que sucedieron a la reina Juana, ordenadas cronológicamente desde el reinado de Carlos V al de Felipe III y dispuestas siempre detrás de las de sus esposos.

La empresa de Isabel de Portugal (Fig. 4), esposa del emperador Carlos V, representa a las tres Gracias<sup>13</sup> en corro, jóvenes, desnudas y risueñas; una de ellas está de espaldas, en el centro, y levanta los brazos sosteniendo en una mano una rama de rosal y en la otra unas rosas; las otras dos muestran en la mano que se ve unas ramas de encina y mirto, que dos amorcillos que están a ambos lados pretenden alcanzar. La empresa lleva el mote *HAS HABET ET SUPERAT* (las tiene y las supera), y se complementa con un soneto explicativo; aún así, el autor redacta una extensa glosa donde indica que copió la empresa de una medalla obrada con excelencia y, además, ofrece dos interpretaciones. La primera coincide con lo que ha expresado el soneto: las tres virtudes principales de una reina, simbolizadas en las tres Gracias (Aglaiá, la majestad; hermosura, Talía; agrado y alegría, Eufrosina), son superadas por Isabel.

<sup>11</sup> Valeriano, *Hieroglyfica sive de sacris Aegyptonum*, (lib. XXIV, pp. 301-303).

<sup>12</sup> Cartari, *Imagine degli dei degli antichi*.

<sup>13</sup> Éste es uno de los motivos más tratados y se representa ya desde la antigüedad. En el Renacimiento, el grupo de esculturas romano de las tres Gracias en la biblioteca Piccolomini del Duomo di Siena inspiró la mayoría de los temas y obras que trataron artistas de la talla de Botticelli, Rafael, Rubens, etc. Por lo que respecta a la utilización emblemática de este motivo, esta empresa fue muy conocida y se difundió, por lo menos, a través de las obras de Typotius, *Symbola divina et humana*, y Lück, *Sylloge numismatum elegantiorum*.

Reguera aprovecha la ocasión para hacer una descripción del carácter de las mujeres:

sea pues lo caricioso y apacible en una mujer el imán y atraiga el corazón de su esposo, no tan fácil y despegado que dé en rostro; humane lo tierno con lo severo y grave, con que obligue a un tiempo a su esposo a reverencia y amor. Dificultosísimo es esto y más en la condición de las mujeres, que pocas veces saben usar de un medio en los extremos de amar y aborrecer, de lo humilde y lo altivo, de lo sujeto y lo soberbio, de lo áspero y lo apacible.

y señala que los dos escollos en que peligra la mujer son la altivez y la ira, aunque «dotó Dios a las mujeres de un pecho compasivo y de un natural delicado, porque unido con la tibeza de su

espíritu, quedase un compuesto apto para dar la compañía, descanso y regalo al hombre», recalando que esto parece que quiso decirnos esta empresa de la emperatriz Isabel, para enseñanza de una mujer perfecta. El autor ofrece una segunda interpretación que basa en que las tres Gracias son el símbolo de la liberalidad, largueza y beneficios, y son tres porque, como el beneficio de la liberalidad tiene tres partes: el que hace el beneficio, el que le recibe y el reconocimiento del mismo; se pintan jóvenes porque así ha de permanecer el recuerdo de los beneficios recibidos, y risueñas porque la liberalidad se hace con gusto; vírgenes, porque el don ha de hacerse con ánimo puro; desnudas por lo que ha de estar de intereses el que da; una vuelta de espaldas, porque el rostro ha de volverse al bienhechor y las espaldas a todos para que vean el peso del beneficio recibido. Así, esta empresa sirve al autor como excusa para ilustrar sobre el beneficio: basándose en Séneca, Tácito y Cicerón, ofrece lecciones para el infante, al que se dirige el autor.

Isabel, famosa por su virtud y su belleza, vino a ser el parangón de las esposas de los Austrias; a través de su empresa nos muestra que ha superado las gracias terrenales, buscando otras eternas, y la importancia en el gobierno del buen uso de los beneficios y la liberalidad.

Después de la empresa de la Emperatriz, don Francisco dispone las cuatro de Felipe II, y luego, las de sus cuatro esposas siguiendo el orden cronológico según su matrimonio. María de Portugal (1527-1545) fue la primera esposa de Felipe II; aunque murió muy joven y antes de que su esposo fuera rey (y por lo tanto ella no llegó a ser reina consorte), se incluye en este libro. Su empresa (Fig. 5) representa al planeta Venus iluminado por el sol, con el mote *SOLA DICATA LUCE* (solo dedicada a tu luz). La glosa propone dos interpretaciones, aunque señala que para



Fig. 4. Empresa de Isabel de Portugal



Fig. 5. Empresa de Mª Manuela de Portugal



Fig. 6. Empresa de María de Inglaterra

entenderla bastaría la primera, en la que equipara a la reina con Venus, estrella a la que mejor ilumina el sol, por tener hermosura, amor, gracia, alegría y fecundidad; presenta a la princesa portuguesa como esposa amante. La segunda interpretación describe la teoría neoplatónica del amor, y diferencia, siguiendo a autores como Platón, Plotino, Ficino, etc., dos tipos de Venus, la celeste, la belleza inteligible que está en la Idea, (el alma según Plotino o San Agustín) y la humana, de amor a su esposo, el rey.

El dibujo de esta empresa está firmado por el autor (aunque está claro que no fue él quien la ideó ni dibujó originalmente). Esta empresa se difundió, por lo menos, a través de Typotius, pero don Francisco la reelabora, lo que quizás implique que se sienta responsable no de la idea (*invenit*), pero sí del dibujo (*delineavit*). Con respecto a la empresa que recoge Typotius, de la Reguera ofrece la perspectiva de una ciudad, de altas torres y un puente sobre un río, para representar bien Coímbra, ciudad de nacimiento de la princesa, o más probablemente, Salamanca, lugar en el que se celebraron las bodas de Felipe y María Manuela.

La siguiente empresa es la de María de Inglaterra (Fig. 6) que representa la figura alegórica de la Paz que prende fuego a los despojos militares, con un templo cerrado tras ella (aludiendo al templo de Jano que los romanos cerraban en los períodos de paz general), y encima el mote: *CAECIS VISUS TIMIDIS QUIES* (visión para los ciegos, paz para los temerosos); sobre la empresa, una corona, y, enmarcando ambas, una estructura arquitectónica a manera de altar. Parece que a través de esta imagen la reina pretendía señalar la relevancia política de su matrimonio con Felipe II que implicaba la adopción de la doctrina católica, con lo que procuraría así dar luz a los que seguían ciegos por los errores de la herejía y a los católicos temerosos asegurándoles la paz, porque, según explica el autor en la glosa,



Fig. 7. Empresa de Isabel de Valois

una moneda con esta empresa. Los emblemistas españoles no utilizarán esta imagen hasta Mendo.

La tercera esposa de Felipe II, Isabel de Valois (Fig. 7), puso en su empresa un sol faciado y enfrente una luna, también faciada; alrededor, muchas estrellas y encima una corona, con el lema *IAM FELICITER OMNIA* (Ya todo se ve felizmente) para representar que el sol, que simboliza al rey, y la luna, a la reina que recibe la luz solar, por medio de su casamiento habían de dar una paz felicísima a dos coronas, Francia y España, que se habían enzarzado en guerras porfiadas; el cielo estrellado es la imagen de la paz y la descendencia. Lo más curioso de esta empresa es que la reina puso en ella la media luna de la empresa de su padre, Enrique II, y el sol, que en forma de carro de Apolo llevaba en una de sus empresas su marido, Felipe II, señalando así la unión de las dos coronas al tiempo que mostraba el reconocimiento a su padre, como hija agradecida, y a su marido, como feliz esposa que además recalcará en el mote, que toma de la empresa de Felipe II cambiando sólo una palabra (*illustrabit* por *feliciter*). Isabel de Valois representa a la esposa feliz que es el Iris que indicaba la serenidad de los reinos de Francia y España. Aunque en principio este, como casi todos los matrimonios reales, fue un casamiento de conveniencia, parece que Felipe II llegó a amar a Isabel de Valois, pero Reguera en la glosa a esta empresa no menciona nunca este sentimiento e interpreta como empresa política que es, el mensaje que transmite:

quiso mostrar en esta empresa nuestra reina significada en la luna y el rey en el sol, aludiendo a las empresas que hemos dicho, que por medio deste casamiento, se había de gozar una paz felicísima, uniéndose estos dos reinos, de donde resultase a todos una amistad inseparable, una gloriosa quietud y un poder invencible.

<sup>14</sup> Lück, *Sylloge numismatum elegantiorum*, p. 165.

no hay cosa que tanto importe a la conservación como guardar con inviolable firmeza la pureza de nuestra Religión [...] conoció estos daños el reino de Bretaña y juzgábase felicísimo por averles restituído la cristianísima reina María a su antigua religión católica [...] asegurándola con el casamiento que hizo con nuestro rey Felipe II, cuyo celoso desvelo como columna de la iglesia se prometía firmeza y duración de la fe y religión y la felicidad de aquel reino.

Esta empresa está cargada de un contenido claramente político, y en ella se defiende la idea de la religión como fundamento de la monarquía.

Hay que señalar que, como en la anterior, también el dibujo está firmado por el autor; en él somete a una pequeña revisión a la imagen ya difundida por Typotius; también Lück<sup>14</sup> reproduce

Esta empresa tuvo amplia difusión impresa en obras de emblemática europea<sup>15</sup>.

La empresa de la cuarta consorte de Felipe II, Ana de Austria (Fig. 8) está dedicada a la eternidad de su esposo. Reguera señala en la glosa que no entiende bien su significado: «confieso que después de mucha especulación no he podido penetrar el alma desta empresa» —y añade— «será el concepto que se dedica toda a su esposo y dueño, como amante, como dichosa y como reconocida a las obligaciones de esposa». En ella un *ouroboros* ciñe el tronco de una encina y una tórtola se posa en una ramita, con el mote *AETTERNO CONIUGI* (a la eternidad de su esposo). La serpiente como símbolo de la prudencia es un motivo muy usado desde la antigüedad, y representará a Felipe II «El Prudente»; el círculo que forma al estar mordeándose la cola simboliza la eternidad, al igual que la encina; y la tórtola<sup>16</sup>, ave consagrada a Venus, representa el amor y la fidelidad de la reina amante de su esposo. El alma de la empresa será, pues, el amor eterno que la reina profesará a su esposo. Reguera interpreta que los augurios de eternidad tienen que ver con que Ana es muy fértil, pues parió cuatro hijos varones que perpetúan la casa de Austria. El Amor, la Prudencia y la Eternidad constituyen los tres conceptos claves de esta empresa, que explica el soneto. La glosa muestra la enseñanza política e institucional al señalar que uno de los papeles fundamentales de la reina es amar a su esposo y parir herederos.

Es esta la última de las tres empresas femeninas en las que el dibujo está firmado por el autor. Para su elaboración dice que se inspiró en medallas y monedas de los romanos, además de en la obra de Cartari para ilustrar la simbología de la serpiente referente a la prudencia. No hemos encontrado la reproducción de esta empresa más que en *Tyotius*, aunque otras empresas de damas italianas muy similares circularon en la época, como recogen Ruscelli o Pittoni.

La empresa de Margarita de Austria (Fig. 9), esposa de Felipe III, se muestra como la más original en cuanto a su composición, aunque el motivo de la perla ya había sido utilizado antes (como podemos ver en Ruscelli o Covarrubias). Margarita aprovecha el significado de su nombre para su empresa: ya Alfonso de Palencia

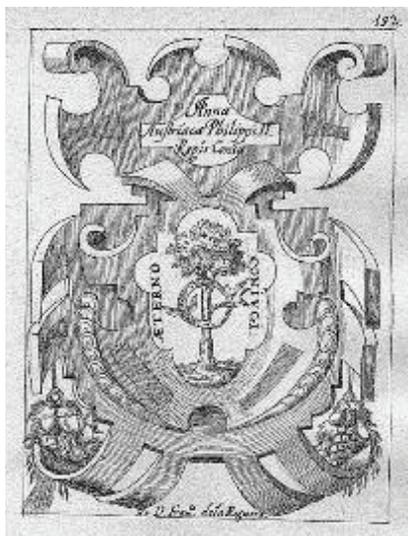


Fig. 8. Empresa de María Ana de Austria

<sup>15</sup> Ruscelli, *Le imprese illustri*, Tyotius, *Symbola Divina et humana*, Pittoni, *Impresi di principi*.

<sup>16</sup> Alfonso de Palencia, *Universal vocabulario en latín y en romance*, dice acerca de la tórtola «ave llamada del son de su voz, es casta et suele morar en los árboles altos. Et allí hacer nido», y Cov., «es símbolo de la mujer viuda que, muerto su marido, no se vuelve a casar y guarda castidad».



Fig. 9. Empresa de Margarita de Austria

real. Y siendo esta preciosísima margarita la joya mejor de la corona de Austria, no se juzgaba aún indigna della, sin estar adornada primero de las más excelentes virtudes, procurando tener todas las cosas en grado superior [...] y así, para purificar su alma esta preciosísima Margarita de aquellas sombras con que pudieron escurecerla las peregrinas impresiones de los humanos afectos la expone a los celestiales rayos del sol más divino para que ilustrada con sus divinas luces y auxilios y labradas con los soplos de los céfiros celestiales de heroicas virtudes, quede resplandeciente.

En la glosa se señala que Margarita es la joya mejor de la corona, quizás identificando a la reina con la famosa «Perla Peregrina»<sup>17</sup>, una de las alhajas más famosas de la corona, que ella y sus sucesoras ostentaron con frecuencia (como podemos observar en los retratos que pintaron los mejores artistas del momento). Reguera centra la explicación de esta empresa en el perfeccionamiento constante a que se sometió Margarita de Austria para alcanzar la virtud porque sabía lo importante que era para la corona, tanto para ejercer un buen gobierno, como para servir de ejemplo a los príncipes y al pueblo. Recordemos que Margarita de Austria fue la madre del Cardenal Infante don Fernando, y por lo tanto es lógico que Reguera se esfuerce en la glosa en ofrecer una imagen casi divina de esta reina, aunque en ningún momento se señale ninguna circunstancia sobre su matrimonio, como se hizo en otras ocasiones, ni sobre su fecundidad. Esta empresa representa una cualidad esencial en la reina, la virtud, pero vinculándola a la faceta política. Sabemos

<sup>17</sup> Esta perla fue descubierta en el Archipiélago de las Perlas, en Panamá, y tanto por su forma de lágrima, como por su color y su peso fue muy admirada y deseada. El alguacil mayor de Panamá a su llegada a Sevilla se la vendió a Felipe II, quien, a su muerte, la deja en herencia a su hijo Felipe III. La esposa de este, Margarita de Austria, la lucirá en repetidas ocasiones, como se puede constatar en los retratos donde aparece ricamente ataviada con el famoso joyel, en el que lleva esta perla junto con el valioso diamante conocido como «El Estanque».

indica que margarita es «el principal de las piedras preciosas blanca; hállase en unas conchuelas del mar [...] son margaritas conchas del mar que conciben rocío en tiempo cierto et, tomadas, hállanles dentro aquella congelación»; y, fue, precisamente, la margarita o perla, el motivo central de la empresa. En el dibujo se muestra una concha en cuyo centro hay una gran perla ovalada que sostienen con sus colas tres cetáceos y otros animales marinos; en el cielo, los vientos soplan para pulir la perla y en las nubes se muestra el mote *HIS LUSTRATA PERFECTIOR* (iluminada por estos se perfecciona). Margarita es la perla que representa la virtud, porque

conoció nuestra sancta y gloriosa reina doña Margarita cuan importante era este divino adorno de las virtudes a la corona

que la reina Margarita utilizó, por lo menos, otra empresa que conocemos a través de la moneda que reproduce Lück<sup>18</sup>, pero no se recoge en este libro.

A partir de la lectura atenta y del estudio de las empresas de las reinas castellanas que Francisco de la Reguera reúne, podemos concluir que estas empresas, aunque elementos identificativos personales, participan de un mismo ideal monárquico. De hecho, Reguera las dispone siempre tras las de sus esposos, aun en el caso de Juana la Loca, reina propietaria y que antecede en el trono a su marido. Sólo en este caso el autor, tanto en el soneto como en la glosa, obvia el papel de esposa de rey y madre y se centra en el motivo de la vanidad y el desengaño del mundo, pero las demás empresas hacen referencia siempre a las virtudes de la reina, como perfecta esposa (Isabel de Portugal, Margarita de Austria), incluso asimilando en algunas ocasiones la idea de ser el reflejo de la luz real (sol-luna, como María de Portugal o Isabel de Valois), perpetuadora de la monarquía (Ana de Austria) y señalando la importancia del matrimonio como estrategia política (María de Inglaterra).

Cada una de las empresas pretende identificar a cada soberana con una divinidad mitológica o una figura alegórica (Juno, las tres Gracias, Venus, Iris, la Paz) que funcionan como símbolos de lo que se desea representar. Así, la empresa se convierte en una especie de retrato simbólico de las reinas. La idea que subyace a estas empresas femeninas es la de mujer ejemplar, reina virtuosa, esposa fiel, que accede al matrimonio como modo de perpetuar la monarquía y de establecer vínculos políticos eficientes. Aunque todas las empresas representan a mujeres casadas, sólo se alude al amor en dos (las de María de Portugal y Ana de Austria); el resto simbolizan la vanidad, la liberalidad, la paz o la virtud como elementos necesarios para la continuidad de la monarquía, de lo que se deduce que el matrimonio es considerado como un hábil ejercicio de diplomacia. Las empresas de las reinas representan, no tanto un ideal de vida personal y privado, como un ideal de vida pública, un modelo de mujer al servicio del rey y de la corona.

<sup>18</sup> Lück, *Sylloge numismatum elegantiorum*, p. 373.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bouza, F., *El libro y el cetro: la biblioteca de Felipe IV en la Torre Alta del Alcázar de Madrid*, Salamanca, Instituto de Historia del Libro y de la Lectura, 2005.
- Cartari, V., *Imagine degli dei degli Antiche*, Venecia, 1556.
- Flor, F. R. de la, «Emblemática regia» en *El libro en Palacio y otros estudios bibliográficos*, coord. P. M. Cátedra García y M. L. López-Vidriero, 1996, pp. 225-241.
- García Arranz, J. J., *Symbola et emblemata avium. Las aves en la Literatura simbólica ilustrada en Europa durante los siglos XVI y XVII*, A Coruña, Sela-Sociedad de Cultura Valle Inclán, 2010.
- Giovio, P., *Dialogo de le imprese militare e amorse*, Roma, 1555.
- López Poza, S. y S. Fernández Vales, S., *Catálogo de ediciones digitales de libros de emblemas*, A Coruña, 2009, [DEBOW].
- Lück, J. J., *Sylloge numismatum elegantiorum*, Strasburg, 1620.
- Mínguez, V., «La metáfora lunar: la imagen de la reina en la emblemática española», *Millars: Espai i historia* (1996), n° 19, pp. 145-164.
- ed., *Visiones de la monarquía hispánica*, Castellón, Servicio de Publicaciones de la Universidad, 2007.
- Palencia, A. de, *Universal vocabulario en latín y en romance*, Sevilla, 1490.
- Pittoni, B., *Impresi di diversi principi, duchi, signori...*, Venice, 1562.
- Ruscelli, G., *Le imprese illustri*, Venecia, 1566.
- Simón Díaz, J., «Los escritores-criados en la época de los Austrias», *Revista de la Universidad Complutense*, (1981), pp. 169-177.
- Tormo, E., *Las viejas series icónicas de los Reyes de España*, Madrid, 1916.
- Typotius, J., *Symbola Divina et humana*, Praga, 1601-3.
- Valeriano, P., *Hieroglyphica sive de sacris Aegyptorum*, Basileæ, 1579.