

ESTUDIO ICONOGRAFICO E ICONOLOGICO DEL LIBRO «EMPRESAS ESPIRITUALES Y MORALES» DE JUAN FRANCISCO DE VILLAVA

Memoria de Licenciatura.

Manuel PEREZ LOZANO.

Departamento de Historia del Arte.

Una de las más graves dificultades con que se topa la ciencia es la de encontrarse obligada a sistematizar una realidad que en sí misma no es sistemática. En las ciencias del hombre, el peligro de que, por una excesiva especialización, los estudios que se realizan aparezcan deshumanizados, debe llevarnos a considerar la necesidad de analizar los hechos históricos dentro del complejo entramado en que surgieron, aunque esto comporte la incómoda tarea de conjugar diversas áreas de conocimiento que una tradición, justificadamente criticable, venía compartimentando en aras de una dudosa más profunda comprensión. Hoy día convenimos en admitir que es impropio del historiador presentar trabajos económicos, sociológicos, ideológicos, artísticos... sin situarlos y relacionarlos con los contextos culturales en los que se producen y los producen.

La memoria que comentamos puede considerarse como un ejemplo de estudio interdisciplinar que propende a la comprensión de las formas artísticas contextualizándolas en las formas culturales en que nacen. Su finalidad es el estudio de las formas simbólicas que aparecen en las artes figurativas del barroco español a partir del análisis de los elementos iconográficos y los contenidos iconológicos de los grabados del libro *Empresas espirituales y morales*, escrito por el padre Juan Francisco de Villava y publicado en Baeza el año de 1613. Es el primer libro del género emblemático que se realizó en Andalucía, y reviste un doble interés, pues, además de libro de empresas con un amplio repertorio de imágenes simbólicas, contiene también un interesante tratado sobre el *alumbradismo*, herejía genuinamente española aún poco conocida en nuestra historiografía.

En un primer capítulo, en la medida que lo permitía la escasa documentación disponible, se ha esbozado una biografía del autor de las *Empresas espirituales y morales*, pasando luego a describir y analizar esta obra en su doble aspecto de libro emblemático y de tratado apologetico contra agapetas y alumbrados. Se estudian las fuentes, estilo y estructura, destacando la intencionalidad del Maestro Villava que utiliza esta invención manierista de las empresas o emblemas para mover a la «*christiana piedad*», dentro de una mentalidad ya barroca. La misma mentalidad con que, usando la pluma por espada, batalla contra los herejes alumbrados. Este último aspecto ha llevado a redactar un segundo capítulo dedicado al estudio de la herejía iluminista en el que se ha intentado exponer cómo era el ambiente espiritual y cultural que vivió y en el que escribió Villava; con ello el autor de esta memoria hace una incursión en el terreno de la historia de las mentalidades que sirve, además, para aumentar las aportaciones que puedan contribuir a clarificar esta, todavía oscura, historia de los alumbrados.

Establecido el marco histórico y cultural, los dos últimos capítulos se ocupan en el estudio de la procedencia y significado de los elementos simbólicos que aparecen en las *Empresas*. El simbolismo no es un añadido a la expresión artística, sino que toda forma artística tie-

ne valor en tanto que es simbólica, y así es como se dota de un contenido expresivo. El hombre tiene impresiones sensibles de un mundo continuamente cambiante. De ese mundo en devenir elabora percepciones, o imágenes perceptuales (perceptos), que difieren cualitativamente del mundo físico tal como en sí mismo es. Las percepciones no son otra cosa que la ordenación de las impresiones que recibimos del exterior según unos esquemas perceptuales que fijan esa información. Ante unos mismos objetos reales son posibles percepciones distintas, dependiendo su forma del contexto en el que vayan a ser situadas, es decir, de la *intencionalidad* con que se conozcan. Según dicha intencionalidad las formas se interpretan siguiendo un determinado código y de acuerdo con unos valores previamente establecidos. Un ojo no es una cámara fotográfica que siempre registra lo mismo; lo que vemos depende bastante de lo que «deseemos» ver. Por eso existe la Historia del Arte, porque los artistas no han visto el mundo siempre de la misma manera. Su tarea no ha sido crear una ilusión de la realidad, sino una imagen de la misma.

Por la naturaleza simbólica del conocimiento se ordenan los seres del mundo natural según unas cualidades y a partir de esa ordenación se estructura el conocimiento del mundo de las acciones y de los hechos espirituales y morales. Los conceptos de divinidad o eternidad no pueden describirse en términos científicos pero sí pueden ser expresados en el relato mítico o figurados a través de alguna forma artística. Los signos o símbolos artísticos no nos proporcionan, por lo tanto, conceptos (verdades universales, necesarias y verificables), sino actitudes de comportamiento.

Los signos o símbolos artísticos pueden ser estudiados de igual modo que los signos del lenguaje. Existe una semiótica del arte porque el arte es un medio de comunicación que se vale de representaciones plásticas de las formas simbólicas. Para poder cumplir con su cometido transmisor, los símbolos han de poseer una cierta forma lógica; es imprescindible que se correspondan con un sistema de símbolos que esté estructurado, ordenado y conectado con un *sistema de expectativas*. Cuando se nos presenta un símbolo, o cuando lo utilizamos, esperamos una determinadas consecuencias, pues la comunicación se basa en sistemas de símbolos comunes que están ligados a modelos de comportamiento comunes. En relación a los diversos grados de probabilidad es como se definen los estilos artísticos. Una obra de arte pertenece a un determinado estilo si, con un alto grado de probabilidad, satisface un sistema de expectativas prefijado. Los estilos son la estructura de probabilidad formal del sistema de símbolos. La originalidad y los cambios de estilo se producen cuando los signos se muestran en combinaciones poco probables no concordantes con las expectativas asumidas.

Erwin Panofsky desarrolló un método de interpretación de los contenidos eidéticos, de los mensajes, que se hacían presentes en las formas artísticas. Este es el llamado *método iconológico* que posee una gran similitud estructural con la *Teoría de los signos* de Morris. Panofsky señala un primer acto de interpretación, llamado por él *descripción preiconográfica*, que consiste en un análisis de las formas, atendiendo a su configuración estilística. Esta ordenación de formas no es otra cosa que un análisis sintáctico, un primer estudio semiótico. El segundo momento lo llama Panofsky *análisis iconográfico* y se corresponde con la semántica de los signos pues en él estudiamos los significados de las formas. Toda forma es semántica, y su significado está en relación con un contexto en el que se determina el código para interpretarlo adecuadamente. Por ello Panofsky establece como algo absolutamente necesario el relacionar la expresión artística con las fuentes literarias y otras formas que muestren el pensamiento de la época para así acceder al mensaje que se quiso expresar, o al menos, aproximarse a él. La *interpretación iconológica*, es el tercer momento del método de Panofsky que se corresponde con la *pragmática*. En esta última fase de la interpretación estudiamos los *síntomas culturales*: objetos sociales, culturales, religiosos,... que transmite la obra en cuestión. Podemos ver su correspondencia con ciertos sistemas de expectativas y plantearnos el porqué determinados significados se persiguen en determinados momentos. En cierto modo cabe decir que la obra artística puede leerse lo mismo que una novela o un documento.

Aplicando dicho método iconológico al estudio de un libro emblemático como las *Empresas espirituales y morales* de Villava es posible una aportación a la semiotica del arte. Las formas artísticas son signos o símbolos de un lenguaje cuyos significados, si son de un

tiempo pasado, no se corresponden con los actuales, aunque se usen símbolos parecidos. Si cambia el contexto cambia también el significado pues la intencionalidad varía. Las *Empresas* son ante todo un código de símbolos que nos permite descifrar las formas que para representar una realidad se usaron en una época y cultura concretas; en el presente caso la barroca católica. Esas formas fueron parte de los elementos que artistas y comitentes hubieron de usar para expresar sus mensajes y poder ser entendidos por sus contemporáneos. Quizá no podamos considerarlas como «bellas artes», pero son algo mucho más esencial y más interesante desde el punto de vista del historiador de las expresiones plásticas: son *praeambula artium*: establecen las condiciones para que pueda darse la representación figurativa y para que ésta pueda ser comprendida. Son objetos intermediarios entre la idea abstracta y su expresión figurativa. Gracias a obras como ésta, en las que junto a las imágenes vienen explicitados los significados, podemos acercarnos con cierta objetividad a la comprensión de las formas artísticas del pasado. Y a su vez, si llegamos a comprender las obras de arte, por la naturaleza simbólica del conocimiento, también nos aproximaremos a la comprensión de la realidad en que vivieron aquellos hombres que las hicieron y contemplaron, verdadera finalidad de la Historia. De eso es de lo que se ha tratado.