Refranes españoles de batallas (> s. XV) (y III)

Juan José ÁLVAREZ DÍAZ
Ministerio de Defensa
jjaldi@telefonica.net

Recibido: 16/02/2016 | Aceptado: 10/04/2016

Resumen

Las paremias que rememoran sucesos bélicos y que hemos dado en llamar refranes de batallas, constituyen un conjunto susceptible de ser estudiado con cierto detenimiento, ya que presentan algunas características interesantes que les confieren identidad propia dentro del refranero. En los tres artículos dedicados a esta clase de refranes, de los que éste es el tercero y último, se ha pretendido subrayarlas y, al mismo tiempo, mostrar algunos de estos refranes, seleccionándolos con un criterio cronológico que permitiera la glosa, ordenada en el tiempo, de los hechos históricos a los que aluden.

Conceptos como «grito de guerra», «impulso emocional colectivo», «imitación y moda», etc., figuran en el contenido de los dos artículos precedentes; mientras que en éste, el propósito fundamental es disertar sobre las principales causas de su popularidad y pervivencia, glosando, a modo de ejemplo, tres refranes que aluden a batallas o campañas que tuvieron lugar con posterioridad al siglo XV.

Palabras clave
Paremiología
Refrán.
Batalla.
Español.

Titre : « Les proverbes espagnols sur les batailles (> XVème siècle) (et III) ».

Résumé

Les proverbes qui commémorent des événements militaires, et que l'on appelle des «proverbes de bataille», sont un groupe susceptible d'être étudié avec assez de détail, car ils ont des caractéristiques intéressantes qui leur donnent leur propre identité dans le domaine des proverbes. Dans les trois articles consacrés à ce genre de proverbes, dont voici le troisième et le dernier, on a essayé de souligner ces particularités, et en même temps de montrer quelques exemples choisis de ces proverbes répondant à un critère chronologique qui nous permettra de faire le lien avec les faits historiques auxquels ils font référence.

Les articles précédents traitent des sujets comme « cri de ralliement », « impulsion émotionnelle collective », « l'imitation et de la mode », etc., tandis que l'objectif principal de celui-ci est d'illustrer les causes principales de la popularité et de la survie des proverbes de bataille, en évoquant, par exemple, trois proverbes qui font référence à des batailles ou des campagnes qui ont eu lieu après le XVème siècle.

Mots-clés
Parémiologie
Proverbe.
Bataille.
Espagnol.

Title: «Spanish battle proverbs (> 15th Century) (3rd and final)».

Abstract

Proverbs that commemorate war events, and which we call «battle proverbs», are worth being studied in some detail, since they have some interesting characteristics that give them their own identity, apart from other sayings. In the series of three articles devoted to this kind of sayings, of which this one is the third and last, we have tried to highlight these particularities, and at the same time to elaborate on some example sayings, selected following a chronological criterion which allows us to gloss the historical facts to which they refer.

Concepts such as «rallying cry», «collective emotional impulse», «imitation and fashion», etc. have been addressed in the two preceding articles; in the current one, the main purpose is to reflect on the main causes of the popularity and survival of battle proverbs; glossing, for example, three sayings that refer to battles or campaigns that took place after the 15th Century.

Keywords
Paremiology.
Proverb.
Battle.
Spanish.

INTRODUCCIÓN

La investigación de la génesis, difusión, popularidad y pervivencia de los refranes constituye un reto para cualquier paremiólogo y es, frecuentemente, un esfuerzo estéril al carecer, por lo general, de vestigios e información suficientes para poder obtener algún resultado. Sin embargo, no sucede así con los refranes de batallas, debido a que, cuando menos, el suceso bélico al que aluden es, en sí mismo, una fuente importante de datos que nos permite acercarnos al refrán, recrear la época y la sociedad en la que se originó, difundió y popularizó, y, en algunos casos, deducir las causas que lo hicieron posible.

Esta vinculación a un suceso bélico, histórico o presuntamente histórico[1], que se da en todos los refranes de batallas, permite estudiarlos como un grupo singular y observar aquellos aspectos que los caracterizan o los diferencian del resto.

Un aspecto claramente diferenciador aparece en su génesis, pues, si en la mayoría de los refranes, su nacimiento y fijación en el habla es la consecuencia de un proceso de origen temporal desconocido; en los refranes de batallas suele suceder todo lo contrario, por lo que podemos fijar, con bastante precisión, dicho origen temporal; ya que, en muchos de ellos, este origen coincide con la época en la que se dio la batalla a la que aluden; en otros casos, por proceder del texto de una obra literaria que la rememora (romance, novela, etc.), el origen coincide con la época en la que esta obra se compuso y popularizó.

Con relación a la difusión, popularidad y pervivencia de los refranes, se presupone que ha debido ser ingente el número de ellos que ha desaparecido del lenguaje sin dejar rastro alguno, por la escasa relevancia de estos tres aspectos. Lo mismo podemos afirmar de los refranes de batallas. De ahí que nos preguntemos por las causas que provocan la difusión de un refrán, su popularización y pervivencia en el lenguaje. Al estudiar los refranes de batallas, hemos encontrado que, en su caso, hay algunas causas específicas. Las analizaremos a continuación.

1. POPULARIDAD Y PERVIVENCIA DE LOS REFRANES DE BATALLAS

Las causas por las cuales un refrán o cualquier otra paremia se hace popular y pervive en el lenguaje son, como todos sabemos, diversas. Algunas tienen que ver con sus propias características y son, por consiguiente, intrínsecas, como: la intencionalidad; la importancia y profundidad del pensamiento; la enseñanza o consejo que transmite; el ingenio con el que se han dispuesto las palabras para expresarlo; la agudeza con la que, en algún caso, zahiere o caricaturiza; la utilización de un dístico o pareado que le proporciona musicalidad, etc. Y otras causas son extrínsecas, como: la importancia social del ámbito en el que nace y se utiliza (jurídico, religioso, político, militar, teatral, etc.); su mayor o menor utilidad en el lenguaje; la importancia del sujeto (personaje, ciudad, etc.) al que alude; el impacto social causado por el hecho que la origina (batalla victoriosa, tragedia, etc.); la circunstancia de haber sido incluida en un medio que amplifica su difusión, como el teatro, la novela, la poesía o la música, etc.

En el caso de los refranes que rememoran alguna batalla, todas estas causas de popularidad y pervivencia, unidas a otras más de menor importancia que no se mencionan, son válidas, en mayor o menor medida, dependiendo del refrán; si bien, cuando los estudiamos, pronto llegamos a la conclusión de que hay tres, dos extrínsecas y una intrínseca, que han sido especialmente relevantes. Son las siguientes:

a. El impacto social producido.
b. La inclusión en un medio que amplificó su difusión: poesía, música, novela o teatro.

[1] Existen dudas razonables sobre la realidad de algunas batallas históricas aludidas en paremias (Calatañazor, Roncesvalles, etc.).

c. La intencionalidad.

1.1. El impacto social

De la lectura de los dos artículos precedentes (Álvarez Díaz, 2013 y 2014), en los que se glosan refranes de batallas que tuvieron lugar entre los siglos VIII y XV, estimamos que puede deducirse con facilidad que, el impacto social, o afectación emocional de algunas de estas batallas en la sociedad, tuvo una relación directa con el origen, la popularidad y la pervivencia de aquellos refranes que las rememoran. Y, aunque el impacto social no fuera causa suficiente para la génesis de esta clase de refranes, como pone de manifiesto el gran número de batallas importantes y con importante impacto social que permanecen ignotas en el refranero, sí debemos considerarlo, en todo caso, como el detonante que provocó el impulso emocional colectivo y el proceso creativo del que habrían de surgir; ya que, al estudiarlos, se observa que, prácticamente[2], todos ellos aluden a batallas o conflictos bélicos que ocasionaron impactos sociales de gran magnitud.

La magnitud del impacto social ocasionado por una batalla tiene relación directa con el número de víctimas (muertos, heridos, prisioneros, etc.) y con la importancia de los daños o beneficios ocasionados (botín capturado, ciudades o territorios conquistados, saqueos y pillaje, etc.). Y la apariencia de este impacto depende del resultado de la batalla. Si este ha sido una victoria, lo que se produce en la sociedad es una gran exaltación y las gentes cantan, gritan, bailan, etc. Pero si el resultado es una derrota, se produce una gran conmoción y las gentes entran en estado de aturdimiento y sobrecogimiento general. Este resultado de la batalla y sus consiguientes efectos también tienen su importancia en la génesis paremiológica, ya que son muchas más las paremias surgidas de las batallas victoriosas que de las derrotas. Y, además, en todas ellas y de manera, más o menos explícita, se refleja el estado de ánimo de la sociedad.

Cuanto mayor sea la magnitud del impacto social ocasionado por la batalla, más profunda será la impronta que deje la batalla en la memoria colectiva, más tiempo permanecerá en ella y, por tanto, mayores niveles de difusión y popularidad alcanzará. Y, consecuentemente, la paremia o paremias que la aludan también participarán de estos mismos efectos.

Veamos a continuación un par de ejemplos de refranes que rememoran dos batallas que produjeron un gran impacto social en su época. El resultado de una y otra fue opuesto, y en ambos refranes se refleja nítidamente el estado de ánimo de la población.

En octubre de 1503, las tropas enviadas por el rey Fernando el Católico al Rosellón para socorrer a la fortaleza española de Salces, alcanzaron una gran victoria sobre las fuerzas francesas que la sitiaban y las hicieron huir precipitadamente. Los españoles, entusiasmados y llenos de júbilo por la victoria, cantaban con gran alborozo e ironía una frase que habría de hacerse proverbial: «Franceses, ¿por qué razón fuisteis del Ruysellón?».

En diciembre de 1809, la ciudad de Gerona, sitiada por los franceses desde hacía nueve meses, capitula después de que su defensor, el general Mariano Álvarez de Castro, cayera enfermo. Las circunstancias son ahora muy diferentes: la ciudad está en ruinas y han perecido alrededor de diez mil defensores. El abatimiento y desánimo cunde entre una población conmocionada por la derrota, y se hace popular un refrán que rezuma tristeza y que habría de quedar como testimonio de aquellos días aciagos: «Postrado Álvarez, postrada Gerona».

1.2. Los medios de difusión

La literatura en sus diversas formas (crónica, novela, teatro, poesía, ensayo, etc.), y la música cantada (romances, villancicos, etc.) han servido de vehículo para la difusión de muchos

[2] Hay alguna excepción como el último de los refranes glosados en este artículo: «Para el campo agua y sol, y guerra en Sebastopol».

refranes y, también, de algunos refranes de batallas, haciendo que trascendieran a sus lugares de origen y a su tiempo.

Su inclusión en una obra impresa hizo que se beneficiaran de la popularidad y difusión de aquella y, si era importante, podían ser conocidos en todo o en gran parte del ámbito de la lengua española e, incluso, pervivir y llegar hasta nuestros días, una vez que dejaron de ser utilizados y desaparecieron del lenguaje habitual.

Recordemos, al respecto, algunos ejemplos de paremias analizados en los artículos precedentes y que se hicieron muy populares, en cierta medida, por haber sido incluidas en un cancionero, novela, etc.

«Si ganada es Antequera, ¡ojalá Granada fuera!» son los primeros versos de la serranilla de origen morisco, conocida como *Coplas de la morisca garrida,* que está recogida en *Flor de enamorados* (Linares, 1626: 39), uno de los cancioneros más populares del siglo XVI.

«¡Mala la hubisteis, franceses, la caza de Roncesvalles!» es el primer verso de un antiguo romance, conocido como el *Romance del Conde Guarinos* (López de Tortajada, 1646=1970: 243, 244), en el que se relatan las supuestas desventuras de Roldán y su ejército en el Paso de Roncesvalles, allá por el siglo VIII. Romance que figura en varios cancioneros y que fue y es, todavía, muy popular. La popularidad de esta paremia se acrecentó con la variante que Cervantes incluyó en *El Quijote* (II 9): «¡Mala la hubisteis, franceses, en esa de Roncesvalles!».

«No se ganó Zamora en una hora» es, también, un refrán conocidísimo, en parte por la enorme popularidad que alcanzó el cerco de Zamora del siglo XI, en virtud de los muchos romances que lo relataron, y, también, por ser citado en obras tan universales como son *La Celestina* (auto VI), *La Pícara Justina* (II 1), *El Quijote* (II 71) y otras.

1.3. La intencionalidad

La intencionalidad es una característica de las paremias que podemos apreciar con especial relieve en los refranes, y, en nuestra opinión, una de las que más contribuyen a su difusión, popularidad y pervivencia a lo largo del tiempo, ya que las hace más útiles e interesantes.

Podemos definir la intencionalidad o carga intencional de una paremia como *el propósito o la intención inmanente y en orden a un fin con la que nace***.** Puede ser más o menos evidente o incluso no serlo, y la aporta su creador, consciente o inconscientemente, como un reflejo de su propia intención.

Hay paremias de origen o uso culto (como los proverbios, los axiomas, las máximas y los aforismos), cuya intencionalidad suele ser didáctica o moralizante, pero en las paremias de origen popular, como los refranes, la intencionalidad suele ser muy diversa: irónica, trágica, cómica, amenazante, burlesca, etc.

Esta intencionalidad de las paremias se aúna a la propia intención del hablante, pues este puede servirse de la entonación, el énfasis, las inflexiones de voz y cualesquiera otros recursos expresivos para intensificarla o atenuarla según le convenga.

Además, la intencionalidad de una paremia puede ser plural, lo que permite al hablante utilizarla con diferentes propósitos. Si, por ejemplo, esta es irónica y amenazante, puede hacer que, conforme a su propia intención, sus palabras suenen más a ironía que a amenaza, o a la inversa.

Así pues, podemos afirmar que la intencionalidad es una característica de las paremias que condiciona su uso en la conversación y contribuye a la propia intención del hablante.

Si retomamos de nuevo los refranes de batallas, cuando, por ejemplo, en el siglo XIX decían en España «La batalla de Alcolea, colea» con intencionalidad irónica, la intención del hablante no era solo recordar esta batalla que ocasionó el destronamiento de la reina Isabel II, sino que, dependiendo del momento, lugar y personas presentes en la conversación, la intención principal podía ser aconsejar prudencia, aludir a alguna consecuencia de la batalla o de cualquier otra

confrontación (si se utiliza en sentido figurado) o, simplemente, subrayar que estas consecuencias no habían finalizado todavía. En todos los casos, la intencionalidad irónica de la expresión subyace y se aúna a la intención del hablante.

Cuando en la Edad Media los aragoneses decían «Peor será que la de Cutanda», la intención no era, únicamente, aflorar el recuerdo placentero de lo que fue una gran victoria de las huestes del rey de Aragón, Alfonso I, sobre las huestes almorávides del gobernador de Sevilla, Ibn Tayast, en los campos de Cutanda, paraje cercano a Calamocha, sino utilizar la intencionalidad amenazante de la frase para hacer más patente la intención del hablante de amenazar a alguien o su deseo de que algo terrible sucediera.

De este modo, si la intencionalidad en las paremias constituye un factor que se debería evaluar cuando las estudiemos, en aquellas que rememoran hechos que han causado gran conmoción social, como las batallas o acciones militares, resulta imprescindible hacerlo siempre, si se quiere conocer el verdadero alcance de su significado.

A continuación se glosan tres refranes de batallas, todos ellos posteriores al siglo XV, en los cuales vamos a apreciar algunas de las causas de difusión y popularidad que se han mencionado y otras interesantes características: el primero es un buen ejemplo de la inclusión del refrán en una obra musical; el segundo, nos va a permitir apreciar con especial claridad una característica que suele darse en algunos refranes, como es la multifuncionalidad; y, finalmente, el tercero representa una singularidad, pues se trata de un refrán de batallas generado por la influencia de un suceso remoto que no produjo impacto social.

2. REFRÁN DE BATALLAS Y OBRA MUSICAL

- *Gaeta nos es sujeta, y, si quiere el Capitán, también lo será Milán.*

Traemos a este apartado un cantarcillo que rememora una importante gesta de la historia militar española y que fue utilizado, además, en una composición musical.

Al final de la primera expedición del Gran Capitán a Italia en auxilio del rey de Nápoles (Fernando II), cuyo territorio había sido invadido por las tropas del rey Carlos VIII de Francia, el ejército aliado ha derrotado a los franceses en todos los frentes y conquistado la importante plaza de Atella en julio de 1496, por lo que, salvo las plazas de Venosa, Tarento y Gaeta, que permanecen en manos francesas, todo Nápoles ha sido recuperado.

La plaza de Gaeta, que es la más importante de las tres por ser, además, plaza marítima, fue bloqueada en octubre por una flota española al mando del noble catalán Garcerán de Requesens y, finalmente, capituló en noviembre de 1496.

La vida, sin embargo, da muchas vueltas y así, seis años después, de nuevo los franceses están en Italia, la guerra se reanuda y el Gran Capitán regresa con un nuevo ejército. Calabria, Barletta, Ceriñola y Garellano dan nombre a las sucesivas derrotas del ejército francés a manos de los soldados españoles e italianos. Finalmente y como epílogo a la importante batalla del río Garellano, que tuvo lugar cerca de Gaeta los días 28 y 29 de diciembre de 1503, la historia se repite y volvemos a tener a los españoles asediando esta plaza en la que se habían refugiado los franceses supervivientes. Capitula Gaeta el 1 de enero de 1504 y, con ello, se pone fin, por segunda vez, a la presencia francesa en Nápoles.

La toma de Gaeta, brillante colofón a la importantísima victoria del Garellano, supuso el final de una campaña muy dura. La noticia provocó un fuerte impacto social y tuvo una amplísima repercusión en la España de entonces, cuyos ecos todavía percibimos. Y no hay que dudar, que los soldados, de la misma manera que hacen los aficionados al futbol u otro gran deporte de masas cuando gana su equipo, celebrarían la victoria de la manera acostumbrada, con toda clase de acciones ruidosas y cánticos, más o menos improvisados. Es fácil que, en este

ambiente de euforia que estimula el ingenio, alguien se inventase este pareado, que este gustase a unos cuantos y, que pronto, su repetición por unos y otros lo hiciera popular.

Después, tras su pervivencia en el lenguaje durante algún tiempo, la frase pudo comenzar a ser utilizada en sentido figurado y lo que, inicialmente, no era otra cosa que una frase feliz surgida en un momento memorable, se transformó en una paremia.

Dejando a un lado el supuesto origen del refrán, lo que sabemos con certeza es que con él comienza la letra de una obra musical, un villancico compuesto por Juan Álvarez de Almorox (c. 1470-1551), cantor de la Capilla Real Aragonesa y maestro de Capilla de la Catedral de Segovia, en homenaje a la toma de Gaeta en 1504. Se trata de una composición recogida en el *Cancionero Musical de Palacio* (n.º 340) y que, todavía hoy, forma parte del repertorio de algunas agrupaciones de música renacentista. Y es, a partir de entonces, cuando la supuesta cancioncilla de los soldados adquiere mayor relieve y difusión.

Desde el punto de vista paremiológico, este refrán no es un caso singular precisamente, pues los músicos y poetas frecuentemente se han inspirado o servido de las manifestaciones de la cultura popular, como cantarcillos, coplas, paremias, etc., para la realización de composiciones en las que la letra y la música se realzan mutuamente.

Esta simbiosis proporciona beneficios importantes, ya que contribuye a la popularidad, tanto de la música como de la letra, si la composición es del gusto del público. Contribuye a la pervivencia cuando, por su calidad o por la del compositor, son recogidas en cancioneros u otra clase de registros.

En relación con su intencionalidad, aparentemente la de esta frase es triple: asertiva, pues recuerda la gran victoria obtenida (*Gaeta nos es sujeta*); amenazante, pues amenaza con otra victoria (*también lo será Milán*); y subordinante, pues puntualiza que esto último depende de la voluntad del general (*si quiere el Capitán*). Sin embargo, hay una intencionalidad anhelante subyacente que podemos considerar como la principal, pues el refrán lo que expresa, por encima de todo, es el deseo que tenían los soldados españoles de continuar la lucha y expulsar a los franceses del centro y sur de Italia. La toma de Gaeta les infundió un gran ánimo y pensaban que la conquista del Milanesado podría estar al alcance, si el Gran Capitán lo quisiera. Sin embargo, nada de esto habría de ser así y tendrían que transcurrir casi veinte años todavía para que, tras la batalla de Bicoca acaecida en 1522, los españoles consiguieran ese objetivo.

Y esta cuádruple intencionalidad (asertiva, amenazante, subordinante y anhelante) es la que proporciona a la frase, una vez transformada en paremia, una mayor utilidad, contribuyendo a su pervivencia en el lenguaje. Así, si un hablante quisiera poner de manifiesto el éxito alcanzado en una empresa o en un determinado negocio, y la posibilidad de continuar obteniendo éxitos similares, si el líder quisiera continuar en la misma línea, podría utilizar la frase con la intencionalidad que más le interesase a su propósito y convertirla en asertiva, amenazante, subordinante o anhelante, con solo modular el tono de sus palabras y enfatizar las que le convinieran.

3. LA MULTIFUNCIONALIDAD DE UN REFRÁN DE BATALLAS

- *Los Gelves, madre, malos son de ganare.*

Esta forma proverbial alude a la fracasada expedición española que, a finales de agosto de 1509, intentó la conquista de la estratégica isla tunecina de Djerba o Yerba, que en España era conocida como Los Gelves, y que terminó con uno de los mayores desastres sufridos por tropas españolas en toda su historia.

En 1509, patrocinada por el cardenal Cisneros que actuaba como capitán general nombrado por el rey, y dirigida militarmente por el maestre de campo Pedro Navarro, se envía una expedición al norte de África que conquista Orán; meses después, regresado Cisneros a España,

Pedro Navarro conquista en enero de 1510 la plaza de Bujía y en julio del mismo año la de Trípoli, aunque esta última con muchas bajas, ya que murieron en la lucha no menos de 3.000 soldados españoles y 5.000 moros. En menos de un año, los españoles han conseguido dominar todo el norte de África, desde Melilla hasta Trípoli, y alentados por el éxito, en agosto de 1510 una expedición formada por el resto de las tropas de Pedro Navarro, más 7.000 hombres llegados de España, se lanza a la conquista de la isla de los Gelves. El general de la expedición, García de Toledo, hijo y heredero del duque de Alba, ordenó desembarcar a 8.000 hombres el día 28 de agosto de 1510 sin que encontrasen resistencia alguna, por lo que, confiado y pensando que habían sorprendido a los defensores y que la victoria sería rápida, ordenó avanzar, a través de los arenales y bajo un sol sofocante, hacia una fortaleza que pensaban tomar. Los propios soldados arrastraban la artillería, pues no disponían de animales de tiro, y, cuando se encontraban más agotados por el efecto de la dura marcha, el peso de las armas y el calor, el enemigo les atacó súbitamente y sin piedad causándoles más de 4.000 muertos, entre ellos el propio García de Toledo. Pedro Navarro y las tropas que consiguieron regresar al punto de partida, más los que no habían desembarcado, se hicieron rápidamente a la mar para intentar salvarse, pero no todos habrían de conseguirlo, ya que una gran tempestad hizo naufragar a varios barcos. Se salvaron treinta naves y 5.000 hombres que, con no pocas dificultades, consiguieron llegar a Sicilia.

Los sucesos de los días 3 y 4 de septiembre, de tristísimo recuerdo, son conocidos, desde entonces, como la Jornada de los Gelves.

La expedición a los Gelves de 1510 terminó, como se acaba de ver, en un completo desastre, que el cronista fray Prudencio de Sandoval (1552-1620) describe en un relato escrito un siglo después. A él pertenece la siguiente escena, en la que se recrean los últimos momentos de aquella aciaga jornada, en los que Pedro Navarro intenta contener la desbandada de los soldados, y se menciona el origen del refrán (Sandoval, 1604: Libro 1º, XL):

> --¿Qué es esto, hijos míos, y mis leones? No solíades vosotros hacerlo así. Acordaos de lo que decíades en Trípol: vuelta, hermanos, vuelta, no hayáis miedo, que moros son y pocos. Otras veces habéis vencido muchos más. Aquí conmigo, que nos va la vida y la honra.
>
> Con estas y con semejantes palabras y lágrimas que le salían, les hizo volver el rostro a los enemigos, pero con tan poco aliento que de allí a muy poco volvieron las espaldas ciegamente, huyendo a todo correr hasta la mar. Y si los moros siguieran el alcance hasta el cabo escaparan muy pocos, porque los navíos estaban lejos y no había barcas en que ir a ellos. Desta manera fue la nombrada rota de Los Gelves y por ella se dijo en Castilla: Los Gelves, madre, malos son de ganare.

Cabe añadir que no finalizaron ese día las tribulaciones y pesares relacionados con los Gelves, pues en 1560 una gran flota enviada por Génova, España, Florencia, los Estados Pontificios y los caballeros hospitalarios para la recuperación de Trípolí se refugió en los Gelves ante la presencia de una gran armada turca. El 11 de mayo de 1560, en una de las batallas navales más importantes de esa época, los turcos destrozaron la flota aliada hundiendo más de 30 galeras, causando más de 10.000 muertos y capturando más de 5.000 prisioneros, gran número de ellos españoles. Fue un desastre que consiguió superar al anterior y convirtió en verdad indiscutible al refrán creado con anterioridad. Desde entonces cuando se menciona la Jornada de los Gelves hay que puntualizar si se alude a la del 3 de septiembre de 1510 o a la del 11 de mayo de 1560.

Centrándonos en la batalla de 1510 hay que decir que la noticia del desastre produjo un enorme impacto en toda España, dejando conmocionada a una población que había perdido en los Gelves a muchos de sus hijos, hermanos y padres. Una oleada de tristeza y de inmenso dolor recorrió España y, entre los muchísimos lamentos que entonces aflorarían, hubo uno, «Los

Gelves madre, malos son de ganare», que habría de proverbializarse. El porqué de esta proverbialización se debe, en mi opinión, a que esta frase aúna, en muy pocas palabras, dos aspectos importantes: una intencionalidad, cuyo fin es expresar pesimismo y tristeza, y la utilidad para el hablante de poder aludir, en sentido figurado, a cualquier fracaso que haya sido ocasionado por una dificultad insalvable.

Y si, como escribió el gran paremiólogo mexicano Herón Pérez Martínez (1993: 23), los refranes «encapsulan situaciones» y «funcionan como pequeñas dosis de saber», este encapsula, desde hace cinco siglos, una página importante de la historia de España, y, encapsula, además de su intencionalidad manifiesta, otra intencionalidad latente que suele darse en muchos otros refranes de batallas: servir como testimonio secular e imperecedero de lo sucedido.

Pero hay algo más en este refrán, que lo hace singularmente importante. Con el paso del tiempo, sus palabras, ese lenguaje dolorido, coloquial y sencillo, con el que un hijo recuerda a su madre la tragedia de los Gelves, exteriorizan el pequeño homenaje que los españoles, cada vez que lo citamos, rendimos, mediante el uso de nuestra propia lengua, al sacrificio de los compatriotas caídos en aquella triste jornada. El refrán, en este caso, actúa como una expresión multifuncional que transciende a su función como simple paremia para servir, además, como testimonio, como homenaje y si se quiere, también como epitafio.

4. EL INFLUJO DE UNA GUERRA LEJANA

- *Para el campo agua y sol, y guerra en Sebastopol.*

Refiriéndose a este refrán, José María Sbarbi (1943: 39) señala que se trata de «expresión de los labradores que, estando a su negocio, les tiene sin cuidado lo que ocurra en otras partes, con tal que no les dañen sus labores».

Siendo esto cierto, lo es también que la frase en cuestión no nació en el ámbito rural sino que, según parece, lo hizo en otro mucho más urbano y cosmopolita como es la Bolsa de Barcelona, allá por los años 50 del siglo XIX.

La frase, que alude a uno de los principales escenarios de la guerra de Crimea, –la ciudad rusa de Sebastopol–, la pusieron de moda los inversores, terratenientes e industriales españoles, felices por las grandes oportunidades de negocio que les proporcionaba esta guerra. La razón no era otra que la influencia que produjo en el aumento de las exportaciones, particularmente las de trigo. Exportaciones que, en el caso de este cereal, eran mayores cuanto mayor fuera la cosecha; y para que esta fuera buena, nada mejor que la naturaleza proporcionase abundancia de lluvias y de sol.

La intencionalidad es desiderativa y sarcástica, pues el refrán, con ironía, aúna el deseo de beneficio económico («Para el campo agua y sol») con el desprecio inclemente por la tragedia («y guerra en Sebastopol») en la que se vieron envueltos miles de seres humanos. Tragedia que, en cierta medida, afectó también a España, pues el encarecimiento del pan, como consecuencia de la elevación del precio del trigo, agravó las, ya de por sí, tristes circunstancias de las clases populares, dando lugar a agitaciones campesinas y a huelgas, como las producidas en 1855 en Barcelona.

La contienda se inició en 1853 al oponerse Francia e Inglaterra, coaligados con el Imperio Otomano y el reino de Piamonte y Cerdeña, a la política expansionista rusa, especialmente a la ocupación por la fuerza de los territorios y puertos del mar Negro, hasta entonces en poder del Imperio Otomano. Aunque la guerra fue terrible para ambos bandos, finalmente el enorme daño que provocó en la economía rusa el bloqueo de sus puertos por la flota aliada, las derrotas sufridas en Inkerman y Balaklava (recordemos que en esta última fue donde se dio la famosísima carga de la brigada ligera) y la caída de Sebastopol el 9 de septiembre de 1855, obligaron a los rusos a aceptar la paz.

La guerra de Crimea fue una contienda de grandes dimensiones que trajo a los mercados europeos el desabastecimiento y la escasez de algunos productos, particularmente de cereales, debido a que cesaron las importaciones procedentes de Rusia y que su ejército invadió otros países productores, como Valaquia y Moldavia.

España se benefició de este desabastecimiento, pues, salvo en años de mala cosecha, tenía excedentes de trigo. Estos excedentes, más una parte importante del trigo destinado al mercado nacional, fueron exportados a muy buen precio durante los tres años que duró la guerra. En general, la exportación de cereales se cuadriplicó y también se incrementó la de vino y la de otros productos, generando unos importantísimos ingresos de divisas que permitieron modernizar algunos sectores como el harinero y poner en superávit una balanza de pagos que era, normalmente, deficitaria.

En el plano popular, esta guerra, como cualquier otra que tuviera lugar tan lejos de nuestras fronteras y sin participación de nuestros soldados, no causó impacto alguno entre la población; entre otras razones porque, a una parte de esta le era completamente desconocida y al resto no les preocupaba gran cosa, aunque el gobierno, presionado por franceses e ingleses, llegara a plantearse el envío de 20.000 soldados. Sin embargo, como comentábamos al principio, en los altos estamentos del país y entre los grandes empresarios e inversores, las cosas discurrieron de manera muy diferente. Pronto, las oportunidades de negocio surgidas como consecuencia de la guerra de Crimea la popularizaron y se desencadenó en estos ámbitos una gran avidez por las noticias provenientes del teatro de operaciones, con objeto de poder hacer estimaciones sobre su duración y desenlace.

Era deseo común que la guerra se prolongase en el tiempo, para que el negocio dependiente de aquella no decayese; y fue en ese ambiente de feliz excitación, en el que un desconocido tuvo la ingeniosa idea de juntar cuatro palabras que resumían la situación: campo, agua, sol y Sebastopol, dando lugar a un pareado en el que sol y Sebastopol, la capital de Crimea, aportaban la rima.

De este pareado hay dos versiones, una que alude al campo y, con ello, a todos los productos agrícolas y otra que alude únicamente al trigo: «Para el campo, agua y sol, y guerra en Sebastopol», «Para el trigo, agua y sol, y guerra en Sebastopol». Se ignora cuál de ellas fue la primera; en todo caso, con el tiempo la expresión perdería esa primera alusión y se reduciría a «Agua y sol, y guerra en Sebastopol».

La ironía, revestida de sarcasmo, que destila este pareado, la contundencia de su rima y la alusión a la exótica capital de Crimea, lo hacían muy atractivo y, pronto, debió comenzar a ser utilizado entre los afortunados inversores que pululaban por la Bolsa de Barcelona, que es de donde se dice que procede. Y no resulta extraño que, poco después, se popularizase entre los restantes beneficiados de la guerra, singularmente entre los terratenientes y agricultores que producían el trigo, lo que hizo que se introdujese en el mundo rural.

La mayor afición a los refranes que existía y, todavía existe, en los pueblos, fue el mejor caldo de cultivo para que este pareado se difundiese rápidamente por todo el país, contribuyendo, además, a que la gente se interesase por saber qué era y donde estaba Sebastopol y por lo que sucedía o había sucedido con aquella guerra remota que, al parecer y, según decían algunos, había hecho ricos a muchos.

La expresión «Para el campo agua y sol, y guerra en Sebastopol», aunque en sus primeros tiempos se utilizase en sentido recto, tiene, en sí misma y desde su origen, todas las características propias de un refrán, ya que se trata de un enunciado sentencioso e ingenioso, de estructura bimembre y fácil de recordar, que transmite una enseñanza o consejo. En consecuencia, cabe suponer que habría de transcurrir poco tiempo desde su popularización en todos los niveles, para que se olvidasen la guerra y los motivos que lo habían originado, y

comenzase a ser utilizado en sentido figurado, adquiriendo, con ello, la dimensión de verdadero refrán.

ÉPILOGO

Los refranes de batallas pueden estudiarse y analizarse desde diferentes puntos de vista y esto podemos apreciarlo en los tres artículos que les hemos dedicado.

Aunque hemos seguido una línea cronológica, con el propósito de mostrar ordenadamente refranes de batallas de diferentes épocas, en el primero de los artículos el objetivo fue poner de manifiesto la importancia del refrán de batallas como vestigio y testimonio de la historia; en el segundo, lo que primó fue destacar aspectos relacionados con la génesis de estos refranes, como son el impacto e impulso emocional colectivo provocado por el suceso bélico y la importancia que tuvo la imitación y la moda en algunos casos; y en éste tercero y último, mostrar las causas de su difusión y popularidad, subrayando algunas características como la intencionalidad y la multifuncionalidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ÁLVAREZ DÍAZ, J. J. (2013): «Refranes españoles relativos a batallas (s. VIII – s. XIII) (I)», *Paremia*, 22: 31-42.

ÁLVAREZ DÍAZ, J. J. (2014): «Refranes españoles de batallas (s. XIV – s. XV) (II)», *Paremia*, 23: 25-34.

CANCIONERO MUSICAL DE PALACIO. Madrid: Real Biblioteca, MS II/1335. http://www.cancioneros.si/mediawiki/index.php?title=Cancionero_Musical_de_Palacio [consulta: 12/02/2016]

CERVANTES SAAVEDRA, M. (1605, 1615 = 2004): *Don Quijote de la Mancha*. Barcelona: Editorial Planeta.

LINARES, J. de (1626): *Cancionero llamado Flor de enamorados. Sacado de diversos autores, agora nuevamente por muy lindo orden y estilo recopilado*. Barcelona: Lorenzo Deu. https://books.google.com/books?id=ZO32Lj5mNS8C [consulta: 06/02/2016].

LÓPEZ DE TORTAJADA, D. (1646=1970): *Floresta de varios romances*. Madrid: Castalia.

LÓPEZ DE ÚBEDA, F. (1605? = 1977): *Libro de entretenimiento de la pícara Justina*. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmct43n7 [consulta: 04/02/2016].

PÉREZ MARTÍNEZ, H. (1993): *Refrán viejo nunca miente*. Zamora: El Colegio de Michoacán.

ROJAS, F. de (1499-1502 = 2000): *La Celestina. Tragicomedia de Calisto y Melibea*. Barcelona: Editorial Crítica.

SANDOVAL, P. de (1604, 1618 = 1955): *Historia de la vida y hechos del emperador Carlos V*. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc154f2 [consulta: 08/02/2016].

SBARBI, J. M. (1943): *Gran diccionario de refranes de la lengua española: refranes, adagios, proverbios, modismos, locuciones y frases proverbiales recogidos y glosados por el autor*. Edición de Manuel J. García. Buenos Aires: Joaquín Gil.