



Cultura

Revista de História e Teoria das Ideias

Vol. 33 | 2014
Iconografia do livro impresso

Inspice signum

Reflexión metodológica para la creación de un instrumento de control de las marcas tipográficas españolas

Inspice signum: methodological reflection to create an instrument of control of the Spanish typographical brands

Julián Martín Abad



Edición electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/cultura/2354>

DOI: 10.4000/cultura.2354

ISSN: 2183-2021

Editor

Centro de História da Cultura

Edición impresa

Fecha de publicación: 1 diciembre 2014

Paginación: 45-73

ISSN: 0870-4546

Referencia electrónica

Julián Martín Abad, « Inspice signum », *Cultura* [Online], Vol. 33 | 2014, posto online no dia 01 dezembro 2014, consultado a 22 abril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/cultura/2354> ; DOI : 10.4000/cultura.2354

Este documento fue generado automáticamente el 22 abril 2019.

© CHAM — Centro de Humanidades / Centre for the Humanities

Inspice signum

Reflexión metodológica para la creación de un instrumento de control de las marcas tipográficas españolas

Inspice signum: methodological reflection to create an instrument of control of the Spanish typographical brands

Julián Martín Abad

Recapitulación

- 1 Concretaré, en primer lugar, las sucesivas etapas en la historia de la construcción de un repertorio de marcas tipográficas españolas.
- 2 Merece una primera cita la obra inédita de Cristóbal Pérez Pastor, *Marcas Tipográficas de España*, premiada por la Biblioteca Nacional en 1890, obra superficial en todos los sentidos, en opinión de Juan Delgado Casado.¹ Konrad Haebler ofrecía en 1898, en *Spanische und portugiesische Bücherzeichen des XV. und XVI. Jahrhunderts*,² las reproducciones, a su tamaño, de 208 marcas, con las oportunas anotaciones de interés bibliográfico. Hay que señalar en cambio que no presentan para nuestro interés ningún valor especial ni la *Bibliografía gráfica: Reproducción en facsímil de portadas, retratos, colofones y otras curiosidades útiles a los bibliófilos, que se hallan en obras únicas y libros preciosos o raros*, de Pedro Vindel Álvarez, de 1910,³ en que aparecen reproducidas 24 marcas, casi todas pertenecientes al siglo XVI, con alguna muestra del XVII y XVIII, con indicaciones bibliográficas mínimas, ni tampoco la obra de James P. R. Lyell, *Early Book Illustration in Spain*, de 1926,⁴ aunque lógicamente ofreció algunas reproducciones. La remisión al repertorio haebleriano antes recordado aparece en un repertorio posterior, de 1931, el *Handbuch der Iberischen Bildrucke des XV. Jahrhunderts* de Martin Kurz.⁵ Gracias a este repertorio puede controlarse la aparición de las marcas en los ejemplares de las 372 ediciones descritas, pero sin que el autor ofrezca ninguna imagen ni descripción propiamente dicha. Finalmente hay que recordar que los trabajos mencionados de Haebler y de Lyell, cuyas reproducciones se ofrecen de nuevo, son la principal fuente de información de la que se sirve Hugh William Davies en *Devices of the Early Printers, 1457-1560: their history and*

development, with a chapter on portrait figures of printers, publicada en 1935;⁶ reproduce 17 marcas tipográficas y acompaña las imágenes con un comentario de especial interés.

- 3 Francisco Vindel publicó en 1935 su repertorio de *Escudos y marcas tipográficas de los impresores en España durante el siglo XV (1485-1500)*.⁷ Justifica la duplicidad de la denominación incluida en el título de esta forma: «Las marcas de los impresores deben dividirse en dos clases; unas, las marcas tipográficas propiamente dichas, que se caracterizan en ser de configuración geométrica y con iniciales, y otras, las que son de carácter alegórico, que más bien deben ser llamadas escudos, si bien estos escudos muchas veces llevan en su composición la marca tipográfica e iniciales o nombres». El contenido de esta obra desembocará totalmente en su nueva obra, de 1942, *Escudos y marcas de impresores y libreros en España durante los siglos XV a XIX (1485-1850): con 818 facsímiles*;⁸ a la que añadirá un *Apéndice* en 1950.⁹ Las marcas reproducidas son 844. En el artículo de Luisa Cuesta Gutiérrez, «Marcas de impresores alemanes en libros españoles de los siglos XV y XVI», incluido en el *Gutenberg-Jahrbuch* de 1962,¹⁰ simplemente se presentan los trabajos ya citados de Pérez Pastor, de Haebler y de Francisco Vindel, sin aportar ninguna novedad de especial interés.
- 4 La parte X, correspondiente a España y Portugal, del *Catalogue of books printed in the XVth Century now in The British Museum* aparecida en 1971¹¹ constituye una fuente de información de absoluta fiabilidad. Las marcas tipográficas aparecen rigurosamente descritas y datadas, dentro de la detallada noticia sobre los talleres de imprenta. Se remite a las reproducciones ofrecidas en los repertorios de Konrad Haebler y Francisco Vindel. En el caso de las marcas recogidas por alguno de ellos o por ambos y que no están presentes en ninguno de los ejemplares de la colección catalogada se ofrecen los detalles conocidos, colocando delante de la noticia un triple asterisco (* * *). Se precisa el arco cronológico de uso de la marca y se indica, por primera vez, una información de especial interés: la medida de la estampa, alto por ancho, en milímetros. Como es lógico suponer, F. J. Norton aplicará la misma metodología en *A descriptive catalogue of printing in Spain and Portugal 1501-1520*.¹² Remite a las reproducciones ofrecidas por Francisco Vindel cuando es posible, poniendo de manifiesto las muchas duplicidades en la reproducción de una misma marca que existen en dicho repertorio. A la altura de 1978 disponemos, pues, de un posible repertorio de consulta, fiable, sobre las marcas tipográficas utilizadas en los talleres de imprenta españoles desde 1485 hasta 1520.
- 5 Finalmente ha supuesto un claro avance parcial hacia el repertorio necesario el proyecto *Tipobibliografía Española*. Dentro del conjunto de los repertorios aparecidos tienen especial interés mis repertorios sobre la producción complutense de los siglos XVI y XVII, publicados respectivamente en 1991¹³ y 1999¹⁴, y los de Lorenzo Ruíz Fidalgo sobre la producción salmantina, de 1994,¹⁵ y de Mercedes Fernández Valladares sobre la burgalesa, de 2005.¹⁶ En estos repertorios tipobibliográficos se ofrece una amplia introducción y en el apartado dedicado a cada uno de los impresores y mercaderes de libros se describen y se reproducen las marcas, y se analiza la historia de usos de los tacos xilográficos con que se obtienen. La oferta de repertorios en forma de bases de datos no es especialmente interesante ni útil.¹⁷

Motivación y tareas

- 6 Puede resultar interesante mostrar un brevísimo panorama de cómo viven, mutan e incluso mueren los tacos xilográficos con los que el impresor obtenía y ponía ante los ojos

del lector/comprador las estampas que denominamos *marcas tipográficas*. Quiero con ello llegar a una conclusión que adelanto: lograr un repertorio de control de las marcas tipográficas implica individualizar cada uno de los tacos xilográficos, ofreciendo la estampa a su tamaño real, como *entrada* de cada noticia propiamente dicha. La imagen deberá estar acompañada de una descripción rigurosa, limpia de interpretaciones subjetivas, con la indicación de las medidas y, en su caso, con las anotaciones precisas sobre el estado de conservación de cada taco xilográfico, que podemos descubrir al reconstruir pormenorizadamente su historia de uso. Las estampas, siguiendo su orden cronológico de aparición, delatarán ante nuestros ojos las secuelas motivadas por una utilización intensiva, es decir la presencia de roturas en el taco o los indicios de su manipulación bien con el propósito de repararlo o de modificar su significado o su contenido intencionadamente.¹⁸ Trataré, pues, de ejemplificar algunas de las tareas imprescindibles en el proceso de construcción del instrumento de control de las marcas tipográficas españolas que necesitamos y deseáramos, tomando en consideración especialmente las maduras aportaciones de las tipobibliografías burgalesa, complutenses y salmantina antes recordadas, sin ningún propósito de exhaustividad:

- 7 1. La marca supone la existencia de una intencionalidad significativa, sea puramente mercantil en los primeros tiempos o identitaria de su taller posteriormente, que el impresor materializa a través de un taco xilográfico creado por decisión personal o heredado cuando se trata de miembros sucesivos de una familia en el caso de talleres longevos.¹⁹ Discernir por un lado las *falsas* marcas tipográficas y por otro las marcas tipográficas *falsificadas* es sin duda la primera tarea necesaria.
- 8 Presentaré en primer lugar algunos ejemplos de *falsas* marcas tipográficas. Es el caso, por ejemplo, de bastantes divisas de autor que se han considerado improcedentemente como marcas tipográficas.



1

- 9 Descubrimos en la primera impresión de uno de los *Commentaria* bíblicos de Cipriano de la Huerga (O. Cist.), realizada en 1555, en el taller complutense del difunto Juan de Brocar, una divisa perteneciente al propio autor [Fig. 1]: una mano que sale de una nube empuñando una barrena, dentro de un doble círculo con el lema AUDITUS PER VERBUM DEI. Marcel Bataillon, que localizó esta misma divisa en otra edición complutense de otro

breve texto del cisterciense, recuerda: «Reconocemos en esa divisa el versículo de San Pablo [Rom. X, 17] que designa la palabra Dios como fuente de la fe. Esta glorificación de la palabra divina, este taladro sobrenatural que horada el tabique de la humana sordera, eran las armas parlantes del professor de Biblia de la Universidad de Alcalá».²⁰ No falta ni sobra por lo mismo, al final del volumen, una de las marcas tipográficas utilizadas en el taller. Este mismo hecho, es decir la presencia de la divisa del autor en la portada y la marca del impresor al final, ocurre cuando en la misma ciudad se imprimen otros de sus *Commentaria*, en 1582 (se indica en el colofón 1581) ahora en el taller de Juan Íñiguez de Lequerica. Juan Catalina García convirtió de hecho esta divisa de autor en marca alegórica de Juan de Brocar al ofrecer una reproducción de una copia a mano de dicha estampa en su *Ensayo de una Tipografía Complutense* en 1889 (p. 615), quizás una reproducción del dibujo de Pérez Pastor y que, sirviéndose del *Ensayo*, reproducirán igualmente Konrad Haebler y Francisco Vindel. Este último, ante la divisa del cisterciense, se permite esta impertinente descripción: «marca alegórica al apellido [Brocar]: una mano que empuña una broca» (véase el núm. 194 de su repertorio).²¹ Las ocasiones en que aparece dicha estampa, en los años intermedios entre ambas ediciones citadas, en impresiones costeadas por el librero Juan Gutiérrez Ursino tendríamos a suponer que se ha producido una mutación: la divisa del cisterciense se ha convertido en marca de librero. Es curioso observar que, cuando más adelante, a partir de 1587, ejerza ya no solo de librero sino también de impresor, recuperará para su uso personal una marca tipográfica de Juan de Brocar pero actuando sobre el taco xilográfico para personalizarla, como tendré ocasión de mostrar, actuación que no observamos en este caso. Posiblemente el taco lo había cedido o vendido a Juan Íñiguez de Lequerica cuando en su taller se editan nuevamente la obra del exégeta bíblico antes recordada.



2

- 10 También Konrad Haebler y Francisco Vindel han convertido la divisa de fray Luis de León, con la representación, dentro de una cartela y a su vez de un óvalo con lema (inevitablemente) horaciano [Od. 4, 4, 59-60]: AB IPSO FERRO, de un árbol sobre el que se apoya un hacha, que aparece en muchas ediciones salmantinas, en marca tipográfica de Juan Fernández [Fig. 2]. Pero es fácil comprobar que la divisa aparece en ediciones cuya impresión ha corrido a cargo de talleres diversos, es decir no es taco xilográfico propio de

ningún impresor, si es que no lo declara suficientemente el lema recordado.²² Así ocurre en los talleres de Lucas de Junta (1580, 1582), del aludido Juan Fernández (1583/1584, 1593, 1595) y de los Herederos de Matías Gast y luego de Cornelio Bonardo (1585, 1586).



3

- 11 Igualmente se ha dado el caso de otorgar calidad de marca tipográfica a una estampa que nunca ha tenido tal uso. En una edición complutense de las *Epístolas familiares* de Francisco Ortiz Yáñez (O.F.M.) cuya impresión se concluyó el 19 de noviembre de 1551, aunque en la portada figura el año 1552, justamente el del fallecimiento del maestro impresor Juan de Brocar, se ha utilizado un taco xilográfico para rellenar el birlí disponible después e componer para el verso de la cuarta hoja un breve «Aviso para el lector», resultando una estampa en la que se muestra una figura femenina alegórica, que camina sobre el diablo y la esfera del mundo, y de su mano izquierda pende una balanza y da limosna, con la derecha, a un pobre arrodillado, enmarcada la escena por la leyenda GRAVIORA, MISERICORDIA, FIDES, IVDICVM, MAT. XXIII [Fig. 3]. Pudo resultar atractiva esta estampa para Juan de Brocar, que vio la representación utilizada como marca tipográfica en alguna impresión del taller antuerpiense de Gregorio de Bonte, y encargó una entalladura. El lugar donde aparece la estampa en esta única ocasión documentada en la historia de su uso en el taller no permite en modo alguno considerarla marca tipográfica de Juan de Brocar como hiciera Pérez Pastor. La aparición en impresiones realizadas en el momento siguiente del mismo taller, siendo ya titular Andrés de Angulo, ha llevado a Juan Catalina García y a Francisco Vindel a considerarla marca tipográfica de éste, pero es atribución gratuita, al igual que lo es considerarla marca propia de Andrés Sánchez de Leyva que prolongará la actividad del antiquísimo taller fundado a principios de siglo por Arnao Guillén de Brocar. En los repertorios existen diversas afirmaciones impertinentes sobre esta falsa marca tipográfica, pero *non est hic locus*.



4



5

- 12 La afirmación de Lorenzo Ruiz Fidalgo respecto a las consideradas marcas de Lorenzo de Liondedei, en que se representa a dos ángeles sujetando una mandorla, en cuyo borde aparece una leyenda e incluyendo en su interior una cruz patriarcal, rodeada por una fila de cabezas y rematada en una de ellas, la de mayor tamaño, por la Paloma del Espíritu Santo, es realmente fácil de asumir: «En cuanto a dos grabados que tanto Norton como Vindel [sic, pero debió indicar en distinto orden las referencias] consideran marca de imprenta, entiendo que, si se analizan con calma las tres portadas en que tales grabados aparecen, la conclusión es que están utilizados como simples grabados sin ningún sentido de marca». ²³Tal sensación es sin duda inevitable cuando se contempla la portada de los *Libri Paraphraseos Themistij... in posteriora Aristotelis. Et tractatus de anima editus a domini Petro de Alliaco*, con colofón de 31 de marzo de 1518, y se descubre el taco de la presunta marca amontonado con otros muchos tacos [Fig. 4]. Cuando se examina la portada de la única ocasión en que aparece la estampa de mayor tamaño y detalle en el dibujo, es decir en la edición del *Consilium contra pertilentiam*, juntamente con el *Tractatus de resistantijs seu*

de *contra operantijs* de Gentile da Foligno, circa 1515, también la sensación de despreocupación brota naturalmente al descubrir que la pieza que incluye las iniciales IHS aparece en posición inadecuadamente vertical [Fig. 5].



6

- 13 A la hora de crear un instrumento de control es necesario pues asumir el peso de la tradición bibliográfica. Los incunabulistas nos ofrecen la mejor solución metodológica para *anular bibliográficamente* las marcas tipográficas que resulten espurias: actuar de la misma manera que ellos han actuado en relación con los *postincunables bibliográficos*, es decir los *incunables* que no lo son realmente, pero que en algún momento recibieron la consideración de tales e incluso sus noticias tuvieron lugar propio dentro de repertorios o catálogos de ediciones del siglo XV. Sus noticias, poniendo de manifiesto su identidad tipográfica correcta, aparecen dentro de la secuencia alfabética, llamando la atención sobre ellas bien por el menor tamaño de la letra o por la presencia de un signo especial, por ejemplo.
- 14 Aunque la sospecha de la falsificación surja de inmediato al comparar estampas que parecen iguales, no será tarea nada fácil la de identificar tipobibliográficamente las marcas tipográficas *falsificadas*, cuya estampa, obviamente, deberá tener entrada propia en el instrumento de control.



7

- 15 Para ejemplificar esta situación y para insistir al mismo tiempo en la gran utilidad del hallazgo de la falsificación de una marca tipográfica en el quehacer del tipobibliógrafo me limitaré a recordar el estudio modélico de Jaime Moll: «*Novelas ejemplares*, Madrid, 1614: edición contrahecha sevillana». ²⁴ La detección de significativas diferencias entre la marca tipográfica que aparece en los ejemplares de una edición, que dice *con falsedad* que fue impresa en Madrid, en el taller de Juan de la Cuesta, en 1614 [Fig. 6], y la marca auténtica de Pedro de Madrigal, que utilizará también Juan de la Cuesta, como continuador suyo en el taller madrileño [Fig. 7], ha permitido descubrir, tras el análisis de los tipos y la toma en consideración de otros detalles, la existencia de una segunda edición de las *Novelas ejemplares* cervantinas, contrahecha, impresa en Sevilla, en el taller de Gabriel Ramos Bejarano, en ese año 1614 (siendo este último el único dato veraz en la portada de los ejemplares). Como este tipo de reedición trata de suplantar una edición legal previa copia los datos del lugar y del taller y del año, aunque este último puede cambiarlo, como en este caso: el impresor ha indicado 1614 en lugar de 1613. Es habitual en estos casos que se imite la portada de la edición que sirve de modelo, de ahí la *falsificación* de la marca.



8

- 16 2. Fijar la *totalidad significativa* de las marcas es sin duda la segunda tarea necesaria. Comenzaré con un ejemplo problemático. En 1563 aparece por primera vez la marca de Matías Gast en su taller salmantino: se representa un tronco de árbol construido con el entrelazo de siete serpientes de cuyas bocas arrancan las ramas desnudas como recuerdo de los siete pecados capitales, indicados en su arranque por la primera letra de su nombre (formando la palabra SALIGIA); a la izquierda, en una filacteria, figura la leyenda SECVRIS AD RADICEM POSITA EST; a la derecha un esqueleto se esfuerza por talar el tronco con un hacha; en la tierra, entre las raíces del árbol, se encuentra una cartela con las iniciales MG entrelazadas. El conjunto aparece flanqueado por una leyenda tipográfica: ARBOR, QVAE NON FACIT BONVM FRVCTVM, EXCIDETVR, & Matth.3. [10] Sin duda nos encontramos ante un *dibujo con lema* necesarios tanto uno como otro en su coincidencia para transmitir al lector/comprador el significado total pretendido por el impresor al diseñar su marca emblemática [Fig. 8].

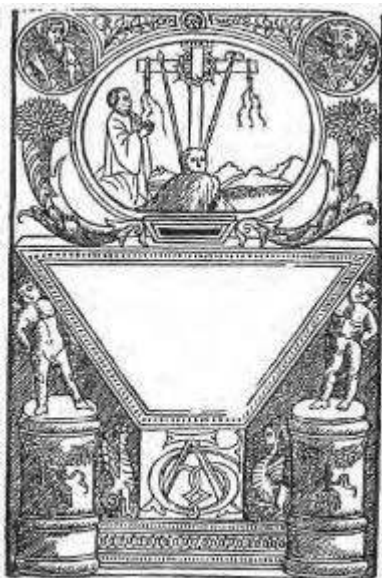


8



9

- 17 La utilización, varios años después, en 1569, en un segundo momento de su historia de uso dentro del taller salmantino, de la estampa sin el lema tipográfico, puede plantearnos la duda sobre qué constituye realmente la marca tipográfica. Hay que considerar carente de significado, ni siquiera ya como marca tipográfica, la aparición posterior, por ejemplo, en 1676, sin la leyenda, en una impresión realizada por la Imprenta Real (que recuerda Francisco Vindel en su núm. 517, aunque no reproduce realmente la estampa tomándola de un ejemplar de la edición del siglo XVII, en que se muestra el cansancio, prácticamente el agotamiento total, del grabado, sino que repite una reproducción ya ofrecida al controlar la marca en el siglo anterior en su número 289) [Fig. 9]. Es el riesgo que padecen las marcas para cuya impresión hay que acudir a un taco xilográfico pero al mismo tiempo el cajista debe aportar una composición tipográfica. La carencia, pues, de la leyenda es fruto del ritmo del trabajo o de la falta de atención que supone la reutilización de materiales mucho después de su nacimiento originariamente simbólico.



10

Per signū cru-
cis de inimi-
cis nris libera
nos dñc Deus
noster.

Per signū crucis de inimicis
nostris: libera nos do-
mine deus noster.

Per signū sanctæ crucis libe-
ra nos a peccatis nostris
deus noster.

IN HOC SIGNO
VINGES.

Nos aut̄ gloriari oportet
in cruce dñi nri iesu
xpi. Dulce lignū
dulces clauos
dulcia ferēs
pōdera.

11

- 18 Presentará ahora otro ejemplo igualmente problemático. Se trata de una de las marcas utilizadas por Arnao Guillén de Brocar. Puede servir también para insistir en la compleja descripción que algunas marcas pueden requerir. En este caso se trata de un rectángulo, con las iniciales A y G, superpuestas y con fondo blanco, dentro de un dado flanqueado por dos arpías y, a cada lado de éstas, dos niños sobre pedestales cilíndricos, sosteniendo una cartela, en forma de tronco de pirámide invertido, dejado en blanco para incorporar un *lema*; sobre la cartela figura un medallón ovalado encima de una pequeña pieza de la que arrancan dos cornucopias, y, en los ángulos superiores, se muestran dos medallones circulares con los bustos de los santos Pedro y Pablo. La estampa de este taco xilográfico de uso múltiple puede constituir la entrada única en el instrumento de control sobre el que reflexiono [Fig. 10]. Habrá que añadir al texto de la descripción formal que la imagen se completa sempre (pues no está documentada en ningún caso la impresión con la cartela vacía) con un *lema* añadido aleatoriamente y sin que su elección incorpore significado propio a la marca [Fig. 11].



12

- 19 Sin embargo, habrá que descubrir si existe algún tipo de relación particular entre la elección del texto y la geografía o la cronología tipográfica de su uso. De ser así podría conservarse el conjunto de *dibujo con lema* como un todo significativo. Puede decirse que existe ciertamente un orden de uso del lema primeiramente en Alcalá de Henares desde el 14 de febrero de 1515 hasta 2 de febrero de 1518. Los sucesivos lemas mostrados en la imagen, de arriba abajo, se utilizan respectivamente en 1515, en 1516, en 1517, en 1517, y en 1518. El *dibujo con lema*, cuyo uso he podido confirmar en la sucursal toledana, a continuación, es decir, a partir del 11 de mayo de 1519, es siempre el *lema*. «Nos autem gloriari oportet... pondera» [Fig. 12]. El énfasis es mío y tiene el propósito de individualizar este *lema* frente a otro exactamente igual salvo en la presentación de esta última palabra: *pōdera*. ¿Podría tratarse de una composición en tipos que se conserva atada junto al taco xilográfico trasladada desde el taller complutense?
- 20 Presumo que sí y quizás este detalle y la cronología sucesiva animaría a dar entrada independiente a los seis conjuntos posibles de *dibujo con lema*, como marcas tipográficas.
- 21 En los repertorios se ha reproducido uno u otro de los conjuntos posibles de *dibujo con lema* sin prestar atención a esta problemática ni siquiera en la posible consideración de *estados* de una única marca tipográfica.
- 22 **3.** En parte relacionada con la anterior problemática está la necesidad de fijar la *totalidad iconográfica* cuando descubrimos que una misma marca tipográfica en ocasiones aparece exenta y en otras se presenta orlada con piezas xilográficas o se integra dentro de un marco.



13

- 23 Cuando construimos la historia de uso de la conocida marca de Fadrique de Basilea, que mide 81 X 68 mm [Fig. 13], en la que, bajo un arco escarzano soportado por dos columnas delgadas culminadas por sendas figuras de aves con largos cuellos y picos, aparece la cabeza de un león que presenta un escudo con una cruz con pie en forma de 4, en tanto que en una filacteria envolvente se ofrecen lema, año (anulado en un segundo momento) y nombre del impresor: NIHIL SINE CAUSA, 1499 (o espacio *en blanco*) y .F. A. DE BASILEA, entre los años 1499 y 1517, descubrimos que figura en los ejemplares de un número muy significativo de ediciones y que en casi todas las ocasiones la marca propiamente dicha aparece orlada con cuatro listones de adorno adheridos a sus cuatro lados, pero no podemos considerar dicha orla como un todo con la marca por el hecho de que se prescinde de ella en ocasiones y por el hecho de que la coincidencia en la colocación de las mismas piezas para construir la orla tampoco es constante. No se trataba, pues, de un todo formado por los cinco tacos xilográficos atados.



14

- 24 Esta misma situación se produce, por ejemplo, en el caso de una marca con un emblema muy del gusto del taller salmantino de Matías Gast, pues dispuso de hasta cuatro tacos

distintos con el mismo motivo, consistente en la representación, dentro de un óvalo, de una espada en posición vertical, convertida luego en palmas coronadas, rodeada la empuñadura por una filacteria envolvente con el lema CESSIT VICTORIA VICTIS. A veces la estampa muestra el resultado de haber incorporado este taco en la forma, en el momento de la imposición, dentro de otro previsto para obtener la estampa de un marco puramente ornamental ajeno, es decir no imprescindible en modo alguno ni para completar necesariamente la marca ni para interpretarla [Fig. 14]. La doble observación de Lorenzo Ruiz Fidalgo,²⁵ al indicar que en ocasiones aparece estampada en tinta roja la marca propiamente dicha y en tinta negra el marco, e incluso que dentro del mismo ejemplar se da el caso de que figure la marca exenta y al mismo tiempo incorporada dentro del marco (ocurre por ejemplo en unos *Commentaria* de Antio de León editados en 1581), ratifica la mutua independencia.



15

- 25 Acudo ahora a una marca del taller complutense de la sociedad formada por Francisco de Cormellas y Pedro de Robles (que continuarán empleando posteriormente la nueva sociedad formada por Pedro de Robles y Juan de Villanueva, y finalmente el taller de este segundo ya en solitario). En este caso el marco porta una iconografía y unos textos propios. Es necesario descubrir si existe, pues, la necesidad de la estampa única, conseguida por ambos grabados, para la comprensión plena del mensaje pretendido por el creador de la marca tipográfica [Fig. 15]. La pregunta es inevitable cuando descubrimos que en los ejemplares de seis ediciones de los años 1563 y 1564, se muestra exenta la marca tipográfica propiamente dicha, en la que tradicionalmente se ha visto una representación de Mercurio sobre la leyenda: COR SAPIENS PROBAT DOCTRINAM, ET OS IGNAVVM PASCITVR CALVMNIA [*Prov.*, 15, 14], todo dentro de un óvalo que incluye esta doble leyenda: OS HOMINI SVBLIME DEDIT [*Ovid. Met.*, I, 85] y SOL ET LVCINA PARENTES.
- 26 Pero la falta de atención a la historia de uso de la marca hace que los estudiosos del grabado la consideren de hecho formando un *unicum* con un marco rematado por una representación del ara de Diana: DIANA SACRVM, en el que aparece la leyenda PACI ORBI TERRARUM.²⁶ Considero que los tres datos siguientes desmienten tal interpretación: la marca figura enmarcada solo en una edición (conocida) del año 1563; vuelve a aparecer el marco en 1564, en una solitaria ocasión pero acogiendo no la marca sino un pequeño

óvalo en el que aparece un minúsculo escudo cisneriano; y finalmente aparece también en una única ocasión conocida, en 1565, pero en el taco xilográfico se ha anulado la indicación DIANA SACRVM, apareciendo ese espacio en blanco en la estampa. El marco del DIANA SACRVM es presumiblemente ajeno a la marca tipográfica.



16



17

- 27 El instrumento de control tiene que asumir otra modalidad: la instalación de los elementos significativos de la marca – iniciales y/o dibujo –, naturalmente, dentro de un taco, formando parte pues de un dibujo más amplio [Fig. 16]; el taco, pues, generalmente rectangular, no se ha abierto para realizar, en solitario, una estampa, sino que estaba destinado a formar, junto con otras piezas xilográficas, un grabado único y obtener así la estampa de una portada ricamente ilustrada, habitualmente presentada en forma de arquitectura [Fig. 17]. La pieza xilográfica en cuanto tal, solitaria e incompleta, es, pues, la marca.

- 28 4. La marca o las marcas utilizadas en un taller pueden ofrecernos informaciones muy útiles sobre la historia del propio establecimiento, de sus hombres y de sus materiales. Para realizar una lectura correcta de esos datos es necesario controlar siempre si nos encontramos ante un único taco, utilizado en distintos momentos y/o lugares, o de varios tacos, en este segundo caso especialmente cuando las estampas resultantes *parecen idénticas*.



18



19

- 29 Ejemplificaré esta realidad con dos estampas, cuya aparición hasta el momento solo se ha confirmado en una edición en cada caso, lo que resulta sorprendente [Fig. 18]: ¿se abrieron dichos tacos xilográficos con el propósito de crear realmente dos marcas tipográficas? La estampa en ambos casos, dentro de un rectángulo, de 46 X 36 en un caso, y de 47 X 37 en el otro, diferencia visualmente imperceptible, representa un libro cerrado por três broches, uno en el corte superior y dos en el delantero; y en la tapa delantera, a modo de supralibros figura un corazón traspasado por tres flechas sobrepuesto a un

rectángulo de tres filetes que incluye el lema CIVITAS DEI. El examen atento hace aflorar fácilmente las diferencias [Fig. 19]. Ambos tacos fueron utilizados en Salamanca, el primero por Miguel Serrano de Vargas en una edición de 1589, y el segundo por Juan Fernández en 1590. Aunque mi propósito ahora era advertir sobre los parecidos de las estampas, debo señalar que en este caso se trata, sin duda, de dos *falsas* marcas tipográficas, es decir ambas estampas muestran la divisa de la Orden Agustiniiana, remachada con una leyenda que ciertamente no deja lugar para la duda. Tal hecho anima a pensar en encargos de un posible convento agustiniano como costeador, lo que quizá explique igualmente que en el plazo de un año fuera preciso abrir un nuevo taco tomado como modelo el anterior.

- 30 Gran atención requiere un conjunto de marcas tipográficas empleadas por Arnao Guillén de Brocar en sus diversos talleres coetáneos. Parecen totalmente iguales pero existen mínimas variantes en el diseño y en el tamaño que es necesario detallar en la descripción de las estampas y consecuentemente datar su uso.



20

- 31 En la primera de dichas marcas nos encontramos un dibujo en blanco dentro de un rectángulo en negro rodeado por un filete; dentro del rectángulo, un círculo, y apoyando el pie sobre el diámetro del mismo, una cruz; en la parte inferior del círculo el monograma AG entre dos puntos; en la parte superior, a uno y otro lado del palo de la cruz, unidas a él y entre sí por una cadeneta, las iniciales D y G; en las enjutas arabescos que incluyen en la parte inferior izquierda una flor de cuatro pétalos y en la parte inferior derecha una flor de cinco pétalos. Las medidas de la estampa son 57 X 41 mm [Fig. 20]. Está documentado un uso interno en sus diversos talleres: en Pamplona, de 1492 a 1501; en Logroño, de 1502 a octubre de 1510; en Alcalá de Henares, durante los meses de marzo y junio de 1511; nuevamente en Logroño, en septiembre de 1511; y finalmente en Alcalá de Henares otra vez, entre diciembre de 1511 y abril de 1514.



21

- 32 La estampa de la nueva marca, que mide 57 X 40 mm, muestra los mismos elementos decorativos, pero presentando los arabescos y las flores de las enjutas en situación opuesta a aquella en que aparecían en la marca anteriormente descrita [Fig. 21]. Su uso en los diferentes talleres puede datarse de la siguiente manera: entre el 17 de abril de 1512 y el 21 de enero de 1514, en Logroño; el 28 de febrero de 1514, en Valladolid; y del 17 de marzo de 1515 al 18 de octubre de 1517, en Alcalá de Henares.



22

- 33 Una copia de esta segunda marca [Fig. 22], difícil de distinguir si no se toma en consideración su tamaño, 62 X 48 mm, fue enviada por Arnao Guillén de Brocar al impresor burgalés Fadrique de Basilea para que la utilizase en las ediciones cuya impresión iba a encargarle. Está, pues, documentado su uso, únicamente en Burgos, entre el 30 de septiembre de 1512 y el 9 de mayo de 1517.



23

- 34 Se realizó además otra copia [Fig. 23], igualmente difícil de diferenciar de la primera de las cuatro, pero cuyas medidas no eran idénticas: 58 X 42 mm²⁷ cuyo uso se documenta en Valladolid el 15 de junio de 1518.



24

- 35 Presentará todavía otra historia de uso de un taco que nos ayuda a entender la red formada por diversos talleres activos en diferentes ciudades [Fig. 24]. En el seguimiento de la historia de uso de este taco hay que tomar en consideración el minúsculo detalle de la discontinuidad en dos lugares, en la parte superior derecha de la línea exterior del óvalo, apreciable en las estampas en todos los casos para estar seguros de que el taco utilizado es el mismo.



25



26

- 36 Detectamos la utilización de un taco xilográfico en los ejemplares de ediciones costeadas por el librero Adrián Ghemart en Medina del campo – sirviéndose del taller de Guillermo de Millis – mostrándonos una estampa en que se representa, dentro de un óvalo, a un azor com caperuza sobre una mano enguantada, que brota de una nube, por la derecha, y sobre el conjunto una filacteria con el lema POST. TENEBRAS. SPERO. LVCEM. Hace su aparición en 1551. El taco, aportado por el librero, se incorpora a la historia tipográfica complutense en 1554 en una edición de los *Elegantiarum latinae linguae libri sex*, añadiendo el *De reciprocatione Sui, & Suus, libellus*, de Lorenzo Valla, impresa en el taller de Juan Mey Flandro, debido a que se realizaron dos emisiones, una costeada por el librero Bartolomé de Robles, de Alcalá de Henares, con su marca en la portada, y otra costeada por el librero medinés com esta marca en la portada. En cuanto a sus materiales, el taller complutense de Juan Gracián es un auténtico cajón de sastre. No sorprenderá pues que utilice este mismo taco en 1573, únicamente en una ocasión, en los ejemplares de una edición de las

Interrogationes naturales, morales & mathematicae de Gaspar Cardillo de Villalpando [Fig. 25]: ¿podríamos denominar a esta estampa en justicia marca tipográfica?, presumo que no: es ya un puro elemento decorativo. Cuando descubrimos la utilización del mismo taco en el taller de Juan Soler, en 1577, en Zaragoza, necesariamente nos preguntaremos por qué medio ha llegado allí [Fig. 26]. Presumiblemente la causa esté en el traslado del impresor Juan de Villanueva desde Alcalá de Henares a Lérida y tal vez posteriormente a Zaragoza, pues su viuda forma sociedad con Juan Soler en esta última ciudad, al menos en una ocasión.

- 37 5. Datar la historia de uso del taco xilográfico con que se obtiene la estampa de la marca es algo necesario y de gran utilidad, sobre todo en el periodo de la historia de la imprenta española en que abundan las ediciones *sine notis*, es decir, hasta el año 1520. Mostraré un par de *historias de uso* de grabados para marcar y su reflejo en las estampas que ofrecen los ejemplares.



27

- 38 Vuelvo a una marca a la que ya me he referido anteriormente al plantear la problemática de la *totalidad iconográfica*: la de Fadrique Biel de Basilea, datada en 1499. Años después, concretamente en impresiones del año 1511, la estampa refleja una fractura incipiente vertical ocupando la mitad superior del taco [Fig. 27].



28

- 39 En los ejemplares de ediciones de 1513 descubrimos una nueva fractura, ahora en la mitad inferior. Al año siguiente descubrimos que se ha retocado el taco para conseguir una mejor lectura del lema de la filacteria envolvente, limpieza que se aprecia igualmente en las pupilas del león que se pone de manifiesto en una estampa menos negra a lo largo de los siguientes años en que el taco permanece en uso, es decir hasta 1517 [Fig. 28].



29

- 40 También existe otra situación que conviene tener muy en cuenta y es cuando con un único taco, utilizado por varios impresores, se obtienen estampas de marcas diferentes, la propia de cada uno de ellos, lo que me animaría a proponer el término de *emisiones* de una única marca. Recordaré la historia de una marca utilizada, en un primer momento, en el taller complutense de Juan de Brocar [Fig. 29], aquella en que se representa, en un paraje campestre, la lucha del alma, personalizada en un hombre, contra el mundo al que pisa, y el demonio, que de él tira por detrás, y la carne, personalizada en una joven a la que trata de apartar de su camino, apareciendo en la parte superior dos ángeles sosteniendo una

corona y una filacteria con el lema LEGITIME CERTANTI. El propio impresor, que ha incorporado a la marca sus iniciales I. y B., ha presentado su divisa en el epílogo destinado al lector que incluye en la edición de la primera obra donde la utiliza, el *Codex de poenitentia* de Juan de Medina de 1544. Acompaña la marca de varios textos explicativos, en latín y en griego, en las dos primeras ocasiones de uso, la segunda en el siguiente año. En 1545 prescinde del griego y añade en castellano: «Quien con estos três lidiare virilmente, | Gozara de premio excelente.»



30



31

- 41 Se utiliza el taco xilográfico, sin añadido textual alguno, de forma continuada y en perfecto uso hasta 1547, cuando descubrimos que la entalladura de la primera inicial de su nombre se ha deteriorado, lo que obligará a manipular el taco en el taller, ya fallecido el maestro. En 1553 observamos que el taco se ha perforado y se ha sustituido la inicial I., deteriorada, introduciendo un trozo de madera con la misma letra y el punto, pero manifiestamente de menor tamaño que la primera [Fig. 30]. Podemos claramente

establecer la existencia, pues, de dos *estados*. La vida de uso del taco en este segundo estado se prolongará hasta 1559. Muchos años después, concretamente en 1587, utilizará Juan Gutiérrez Ursino este mismo taco manipulándolo previamente para convertirlo en marca tipográfica propia [Fig. 31]: lo perfora para anular la B. de Brocar e introduce un tipo metálico con la inicial G, quedando el punto primitivo a media altura de la letra. El cambio voluntariamente significativo invita a hablar ahora de una *emisión* del antedicho segundo estado.



32

- 42 Sigamos ahora las peripecias de un taco que localizamos por primera vez en Salamanca, en 1542, para incorporar a los ejemplares impresos en el taller de Juan de Junta la marca de impresor [Fig. 32]: sobre una esfera situada encima de una pequeña ménsula, en la que se apoyan los tres pies, dos de ellos en forma de volutas, de una ménsula de mayor tamaño, que incluye la leyenda NICHIL SINE CAUSA, y sobre la que a su vez se sitúan dos angelotes, sosteniendo su respectivo cuerno de la abundancia, sentados en sendos leones; entre sus piernas aparece un escudete con las iniciales I A, y más arriba, entre sus cabezas, se presenta la cabeza cortada de Juan el Bautista, dentro de una corona de laurel, y aún más arriba la flor de lis florentina.



33



34



35



36

- 43 El siguiente momento en la historia de uso del taco nos lleva al año 1555, en que figura la marca, pero con escudete en blanco, en los ejemplares de tres ediciones, promovidas por Matías Gast, responsable del taller burgalés de su suegro, Juan de Junta, desde 1553 [Fig. 33]. Cuando Felipe de Junta queda al frente del taller descubrimos que ha eliminado el cimacio donde figura la leyenda, partiendo el taco en dos piezas, y continúa utilizando el primitivo taco doblemente manipulado, es decir con el escudete todavía en blanco unas veces y con más frecuencia incluyendo en ese espacio vacío del escudete un tipo con la F de su nombre [Fig. 34], tipo que será sustituido en 1593 [Fig. 35] por las iniciales de su propio apellido y del de su yerno y socio Juan Bautista Varesio: I, V, y nuevamente en 1598 [Fig. 36] por las iniciales del nombre y apellido de este último: I. B. | V.
- 44 6. Recomendaría no desentenderse de los testimonios del *naufragio* de los tacos para marcas tipográficas. El control de los restos dispersos de las marcas de antiguos talleres, que descubrimos entre el material xilográfico de otros posteriores, utilizados los trozos

de tacos simplemente para incorporar estampas de adornos, puede también resultar de utilidad para establecer nexos secuenciales entre talleres de la misma ciudad o de diferentes ciudades. No es raro que un taller de segunda categoría, en términos cuantitativos de producción, haya logrado completar su utillaje en una recogida de entalladuras cansadas.



37

- 45 En el taller complutense de Sebastián Martínez, por ejemplo, encontraremos [Fig. 37], en el verso del folio xvj de los ejemplares de una edición del *retablo de la vida de Christo: hecho en metro* del cartujo Juan de Padilla, de 1577, la mitad superior del taco utilizado por Arnao Guillén de Brocar en una única ocasión, en Logroño, para incorporar la magnífica estampa con su marca a los ejemplares de la edición logroñesa de la *Crónica del rey D. Juan II*, con colofón de 10 de octubre de 1517. Se abrió el grabado sin duda alguna expresamente para esta edición y se utilizó en otras ediciones *sine notis*. Volveremos a encontrar esta marca, en una única ocasión, en Alcalá de Henares en 1523. La detención de la actividad en el taller riojano motivó el poco uso del taco, sin olvidar la connotación política de la edición promovida por Carlos V para la que sin duda el impresor había preparado su divisa. De hecho Arnao Guillén de Brocar utilizará en Alcalá de Henares, durante los años de 1519 y 1523 un taco, abierto a la vista de la estampa de esa marca, pero de mucha menor calidad artística.
- 46 7. Por último, al igual que al controlar la producción tipográfica de un lugar, el tipobibliógrafo se esfuerza por construir las historias bibliográficas, más o menos rigurosas o fiables, de las ediciones que describe, descubriendo, con más frecuencia de la deseable, ediciones imaginarias, ocasionadas las más por los volúmenes ficticios y los ejemplares mútilos, también en nuestro caso conviene estar ojo avizor a las reproducciones previas de las marcas tipográficas.



38



39



40

- 47 Recordaré la historia de una reproducción que resultará sin duda ejemplarizadora para mí propósito. Pedro Vindel ofreció la imagen de una marca en el número 963 de su recordada *Bibliografía Gráfica* indicando que pertenecía a Pedro Madrigal y que la había tomado de una edición de 1592: se trata de una marca con la repetidísima imagen de una cartela barroca acogiendo un óvalo con la leyenda POST TENEBRAS SPERO LVCEM, dentro del cual se presenta a un azor con caperuza sobre una mano enguantada, que brota de una nube, por la izquierda, y apareciendo debajo un león, desproporcionadamente pequeño, acurrucado [Fig. 38]. James P. R. Lyell aprovechó dicha imagen, un tanto precipitadamente, en *Early Book Illustration in Spain*, en 1926 (Fig. 38, pp. 308-309) [Fig. 39], señalando literalmente al ocuparse del taller de Pedro Madrigal: «un ejemplo de su trabajo se encuentra en los *Commentarios de Don Bernardino de Mendonça, de lo sucedido en las Guerras de los Payses baxos, desde el Año 40 de 1567 hasta el 1577*, impreso en 1592. La portada lleva su marca, realmente hermosa. Es la misma utilizada más adelante por Juan de la Cuesta en la portada de la primera edición del *Quijote*, en 1605. Madrigal ha empleado para realizar el diseño una plancha de cobre, en lugar del habitual taco de madera». El examen de un ejemplar de la aludida edición de la obra de Bernardino de Mendonza pone de manifiesto que yerra el bibliófilo, pues la stampa corresponde a un taco xilográfico (no «una plancha de cobre») diferente y realmente coincidente con las estampas de marcas de otras ediciones realizadas en el taller de Juan de la Cuesta²⁸ [Fig. 40].



41

- 48 Curiosamente Francisco Vindel reaviva la noticia y la imagen, ofrecidas por su padre, en su repertorio de 1942, concretamente en su número 359 (p. 274), pero precisando que él no ha logrado localizar esa marca, que su predecesor declara haber tomado de una edición de 1592. Podríamos preguntarnos si la reproducción ofrecida no corresponderá de hecho a una copia a mano, no plenamente respetuosa con la stampa original, de una marca auténtica de Pedro Madrigal, que ofreció por vez primera Konrad Haebler en 1898 (p. 45, d) tomándola de un ejemplar de la edición de los *Exegemata in Habacuc*, de Antonio de Guevara, impresa por la viuda de Pedro Madrigal (María Rodríguez de Rivalde) en 1595 [Fig. 41], pero de hecho seguimos sin autenticar aquella imagen y quizás nunca se logre.
- 49 Estas reproducciones inevitablemente también deben quedar incorporadas al pretendido instrumento de control, debidamente anotadas, y si abundan los indicios que hacen sospechar que la reproducción es espuria, debe actuarse, al igual que se propuso en el tratamiento de las marcas tipográficas *falsas*.

Conclusión y propuesta de presentación del repertorio

- 50 La conclusión a la que deseaba llegar está asumida (y anunciada) desde el inicio de mi ejemplificación de la problemática a la que la metodología ha de hacer frente: un instrumento de control de utilidad tipobibliográfica necesariamente debe singularizar cada taco xilográfico: la *entrada* o *noticia* del repertorio debe incluir una stampa de la marca tipográfica plenamente autenticada en su materialidad y en su contenido iconográfico y/o textual, incluyendo las precisiones que requieran los *estados* del taco; una descripción fiel y minuciosa de todos sus elementos; y la reconstrucción de su *historia de uso*, que recupere las *emisiones*, añadiendo las inevitables referencias bibliográficas. En la secuencia de las stampas de las auténticas marcas tipográficas ocuparán su lugar propio las de las *falsas* marcas y las de las *reproducciones de marcas* en los repertorios previos, cuya autenticidade no ha podido documentarse plenamente, pero tampoco rebatirse de hecho, entradas o noticias que, como ya he señalado, deberán singularizarse de algún modo para llamar la atención del consultante sobre su carácter secundario o

prescindible. La utilización del repertorio de Francisco Vindel como *canon* autorizado ha otorgado categoría de marca tipográfica a muchas estampas, claro reflejo del cansancio de tacos rodados de taller en taller, como ponen de manifiesto bastantes de las representaciones de grifos, que sujetan, suspendido de su garra, un sillar de piedra con una argolla a modo de asa, de la que a su vez pende una bola alada. Es una realidad que puede descubrirse en las tipobibliografías de las que me servido en particular para esta reflexión metodológica.

- 51 Necesariamente la secuencia de las imágenes en el repertorio exigirá fijar una clasificación tipológica de los *dibujos*, pues, como he tenido ocasión de ejemplificar, una organización de las *entradas* o *noticias*, cronológica, geográfica y/o por talleres de imprenta, obliga a repetir una o muchas veces la estampa de una misma marca y distorsiona el conocimiento inmediato de la *historia de uso* de cada taco xilográfico. Es la alternativa planteada, por ejemplo, en *Le marche dei tipografie degli editori italiani del Cinquencento: Repertorio di figure, simboli e soggetti e dei relativi motti*, de Giuseppina Zapella,²⁹ frente a la fórmula de organización que hemos encontrado en los repertorios de Konrad Haebler y de Francisco Vindel. Los repertorios de las marcas recogidas en el proceso de catalogación de una biblioteca concreta, de los que existen buenos ejemplos en el caso de algunas bibliotecas italianas, no se han planteado obviamente esta problemática. Los índices de *lemas*, de lugares con imprenta; de talleres e impresores; de correspondencias de las localizaciones de las *estampas* en los diversos repertorios en que se hayan reproducido las marcas; y los que ocasionen las referencias bibliográficas incluidas en las *entradas* o *noticias*, multiplicarán las posibilidades de localización e identificación de las marcas de interés para cualquier persona interesada en los libros impresos antiguos, incluido el estudioso de la emblemática y hasta el coleccionista.³⁰

NOTAS

1. *Un siglo de Bibliografía en España: Los concursos bibliográficos de la Biblioteca Nacional (1875-1953)*. Madrid, Ollero y Ramos, 2001, I, pp. 83-85, y II, pp. 678-681. El conjunto de la obra se conserva en la Biblioteca Nacional de España: el Mss. 22815 contiene las *Marcas tipográficas de España, con noticias biográficas de los Impresores y Libreros que las usaron (Siglos XV, XVI y XVII)*, con las copias a pluma de las marcas, y el Ms. 21731, contiene las *Noticias biográficas de los Impresores y Libreros cuyas Marcas se estudian en esta monografía*.
2. Strassburg: J. H. Ed. Heitz (Heitz & Mündel), 1898. (Die Büchermarken oder Buchdrucker- und Verlegerzeichen;⁵). Existe reproducción: Narrden, Anton W. van Bekhoven, 1969.
3. Madrid, Impr. de la Sucesora de M. Minuesa de los Ríos, 1910.
4. London, Grafton Co., 1926. Existe traducción: *La ilustración del libro antiguo en España*. Edición, prólogo y notas, Julián Martín Abad, [traducción de Héctor Silva]. 3ª ed. Madrid, Ollero y Ramos, 2012.
5. Leipzig, Verlag Karl W. Hiersemann, 1931.
6. London, Grafton & Co., 1935.
7. Madrid, El autor, 1935.
8. Madrid, Editorial Orbis, 1942.

9. Madrid, El autor, 1950.
10. Pp. 459-465.
11. London, The Trustees of The British Museum.
12. Cambridge, etcétera, Cambridge University Press, 1978.
13. Julián MARTÍN ABAD, *La imprenta en Alcalá de Henares (1502-1600)*. Introducción a la «Tipobibliografía Española» [por] José Simón Díaz. Madrid, Arco/Libros, 1991. (Colección Tipobibliografía Española).
14. Julián MARTÍN ABAD, *La imprenta en Alcalá de Henares (1601-1700)*. Madrid, Arco/Libros, 1999. (Colección Tipobibliografía Española).
15. *La imprenta en Salamanca (1501-1600)*. Madrid, Arco/Libros, 1994. (Colección Tipobibliografía Española).
16. *La imprenta en Burgos (1501-1600)*. Madrid, Arco/Libros, 2005. (Colección Tipobibliografía Española).
17. En todo caso merece una especial alusión la base *Marca de impresores* creada en 1998 por la Biblioteca de Reserva de la Universidad de Barcelona: www.bib.ub.ed/fileadmin/impresors/home_spa.htm. El alcance temporal abarca los siglos XVI al XVIII y el repertorio refleja inevitablemente la procedencia tipobibliográfica de la colección concreta.
18. Véase Valentino ROMANI, *Bibliologia: Avvitamento allo studio del libro tipografico*. Milano, Edizioni Sylvestre Bonnard, [2000], p. 86.
19. Son de sobra conocidas las llamadas de advertencia para el comprador que el impresor boloñés Benedetto di Ettore Faelli (Benedictus Hectoris) incorporó en varias de sus ediciones de comienzos del siglo XVI, de cuyo texto había cuidado Filippo Beroaldo. Recuerdo el texto citado por Francesco BARBERI en *Il frontespizio nel Libro Italiano del Quattrocento e del Cinquecento*. Milano, Edizione Il Polifilo, 1969. (Documenti sulle Arti del Libro, 7), I, p. 115: «Emptor, attende. Quando emere vis libros formatos in officina mea excussoria, inspice Signum quod in liminari pagina est. Ita numquam falleris. Nam quídam malivoli impressores libris suis inemendatis et maculosis apponunt nomen meum ut ita fiant vendibiliores. Quo pacto et mihi et nomini doctissimi nostri Philippi Beroaldi derogant vel potius derogare contendunt».
20. «Carlos Quinto Buen Pastor, según Fray Cipriano de Huerga», en *Varia lección de Clásicos Espanoles*. Madrid, Gredos, 1964. (Biblioteca Románica Hispánica. II: Estudios y Ensayos; 77), p. 134.
21. Como muestra de la ligereza de algunos comentarios léase el siguiente texto de Rosa Margarita CACHEDA BARREIRO en «Aproximación iconográfica a la figura del impresor a través de sus marcas tipográficas: una visión emblemática del siglo XVI», *Cuadernos de arte e iconografía*, 21 (2002), p. 54: «Otra de las portadas [reproduce la de la edición de los *Commentaria in Librum Beati Iob & in Cantica canticorum Salominis regis* de 1582, anteriormente citada] presenta, en el interior de una composición circular, de pequeño tamaño, dos manos que empuñan un timón, con la inscripción: «AUDITUS PER VERBUM DEI» (ESCUCHAD LA PALABRA DE DIOS). Tanto la presencia de las manos entre las nubes como la figura del nivel, nos sitúan ante una imagen que sólo puede ser leída bajo los parámetros de un simbolismo cristiano. Desde este punto de vista, la estampa nos está diciendo que la fortuna, representada a partir de su atributo principal, el timón, solamente es conducida por las manos de Dios, que surge de entre las nubes. Esta imagen ha sido utilizada como marca por los impresores Juan Garcían y Juan Íñiguez de Lequerica, aunque en su origen se constituyó como el escudo del cisterciense Cipriano de Huerga y es esta función la que cumple en esta portada, siendo la vida de este religioso, el tema central de la obra». Debe tenerse en cuenta por lo que afecta al lema que el texto paulino del que parte es: «Ergo fides ex auditu, auditus autem per verbum Christi» = «Luego la fe viene de la audición; y la audición, por la palabra de Cristo» (tomo el texto latino de la edición del *Novum Testamentum Latine*. 2., neubearbeitete Aufl. Stuttgart, Deutsche Bibelgesellschaft, 1992, y la traducción de Eloíno Nacar Fuster y Alberto Colunga (O.P.). 31.ª ed. Madrid, Biblioteca de Autores Cristianos, 1972).

22. Frente a tanto comentario deshilachado de emblematistas *a la violeta* resulta modélica la lectura de la divisa luisiana por parte de Fernando RODRÍGUEZ DE LA FLOR en *Emblemas: Lecturas de la imagen simbólica*. Madrid, Alianza Editorial, 1995. (Alianza Forma), pp. 305-312.
23. *Op. cit.*, I, p. 48.
24. *Anales Cervantinos*, XX (1982), pp. 125-133. Incluido en *De la imprenta al lector: estudios sobre el libro español de los siglos XVI al XVIII*. Madrid, Arco/Libros, 1994. (Colección *Instrumenta Bibliologica*), pp. 29-40. Podría haberme servido igualmente de otro de sus trabajos: «Sobre la edición atribuida a Barcelona de la «Quinta parte de Comedias» de Calderón», *Boletín de la Real Academia Española*, LIII (1973), pp. 207-213.
25. *Op. cit.*, I, pp. 85-86.
26. Como muestra de las poco afortunadas descripciones de algunos estudiosos véase la ofrecida por María Ángeles SANTOS QUER, en *La ilustración en los libros de la Imprenta de Alcalá en el siglo XVI: (Introducción y catálogo)*. Madrid, Fundación Universitaria Española, 2003. (Colección *Tesis Doctorales cum laude. Seria A (Arte)*; 16), pp. 306-307, núm. 2922.
27. F. J. NORTON, *Op. cit.*, p. 160, indicó por errata 58 X 45 mm.
28. Augusto Jurado, en *Juan de la Cuesta impresor de El Quijote por encargo del librero Francisco de Robles y breves noticias de ambos y del autor de la obra Miguel de Cervantes*. Madrid, C & C Comunicación Gráfica y Sociedad Cervantina, 2007, pp. 31-32, núm. 4, que reproduce la imagen y recuerda las reproducciones previas de F. Vindel y Lyell, y sus comentarios sobre la marca, aceptó como buenas, sin realizar ninguna comprobación, las inexactitudes bibliográficas del segundo.
29. Milano, Editrice Bibliografica, 1986. (Grandi Opere; 1).
30. Véase Hugh WILLIAM DAVIES, *Op. cit.*, p. 6.

RESÚMENES

A referência a um conjunto de reportórios e catálogos publicados desde 1890 onde se reproduzem portadas de obras produzidas na Península Ibérica entre finais do século XV e inícios do XVI é o ponto de partida para, através de quatro dezenas de exemplos, propor uma metodologia para identificação, registo e classificação de marcas de impressores.

The reference to a set of repertoires and catalogues published since 1890 reproducing book's covers produced in the Iberian Peninsula between the late fifteenth century and early sixteenth is the starting point to an essay where, through nearly forty examples, the author proposes a methodology to identify, record and classify printers devices.

ÍNDICE

Keywords: press, Spain, devices, incunabula, post-incunabula, printers

Palavras-chave: imprensa, Espanha, marcas, incunábulo, pós-incunábulo, impressores

AUTOR

JULIÁN MARTÍN ABAD

Biblioteca Nacional de España.

Especialista em História do livro dos séculos XV e XVI, foi responsável durante muitos anos pelo serviço de manuscritos e incunábulos da Biblioteca Nacional de Espanha. A sua tese de doutoramento sobre *La imprenta en Alcalá de Henares (1502-1600)* (1990) e o grande trabalho que conduziu ao *Catálogo bibliográfico de la colección de incunables de la Biblioteca Nacional de España* (2010) estão entre as mais importantes publicações sobre o livro antigo em Espanha.

Specialist on History of the Book (fifteenth and sixteenth centuries). He was responsible for the service of manuscripts and incunabula of the National Library of Spain, during many years. His doctoral thesis on *La Imprenta en Alcalá de Henares (1502-1600)* (1990) and the great work that produced the *Catálogo bibliográfico de la colección de incunables de la Biblioteca Nacional de España* (2010) are among dozens of the most important publications on ancient book in Spain.