

MARQUES D'IMPRESSORS OSONENCS A LA BARCELONA DEL SEGLE XVII: DELMUNTS, JOLIS I FIGUERÓ. APROXIMACIÓ ICONOGRÀFICA

EDUARD BOTANCH ALBÓ

Biblioteca de Catalunya

ebotanch@bnc.cat

*Devices of printers from Osona in 17th-century Barcelona:
Delmunts, Jolis and Figueró. Iconographic approach*

L'estudi tracta dels distintius usats per tres impressors d'origen osonenc amb taller a Barcelona al segle XVII i a principis del XVIII. S'examinen les marques de Miquel Delmunts, Joan Jolis Santjaume i Rafael Figueró amb què distingeixen les seves edicions, explicant la seva finalitat i incidint en l'aspecte iconogràfic, tot relacionant aquests senyals amb els d'altres estampadors catalans i d'altres països. Així mateix es vinculen aquests distintius amb l'evolució del sector editorial d'aquell temps.

Paraules clau: Marques tipogràfiques, iconografia, Miquel Delmunts, Joan Jolis Santjaume, Rafael Figueró.

The study deals with the emblems used by three printers who came from Osona with workshops in Barcelona in the 17th and early 18th centuries. We look at the marks of Miquel Delmunts, Joan Jolis Santjaume and Rafael Figueró with which they distinguished their published work, explaining their use and influence on the iconographic aspect, relating these signs to those of other Catalan printers and from other countries. We also link these signs to the evolution of the publishing sector of those times.

Keywords: Typographic trademarks, iconography, Miquel Delmunts, Joan Jolis Santjaume, Rafael Figueró.

Data de recepció: 18/6/2019. Data d'acceptació: 4/10/2019.

D'entre els estampadors d'origen osonenc que treballaren a Barcelona al segle XVII, n'hi ha que fan servir distintius propis en les seves publicacions. A la bibliografia especialitzada aquests distintius reben el nom de «marques tipogràfiques», per bé que la denominació és imprecisa ja que en realitat abasta tant els senyals dels impressors com els d'altres responsables de la creació i difusió de l'obra impresa, bàsicament llibreters i editors. Això respon a les característiques del món del llibre antic, quan no existia encara una especialització professional tan acusada com en temps posteriors.

Camprubí (2018: 71) assenyalava que, a la segona meitat del segle XVII i el primer quart del segle XVIII, la presència a Barcelona de professionals vinculats al sector editorial provinents d'Osona constitueix el grup més nombrós dels catalans forans de la capital del Principat, amb nou individus, seguit pel Maresme i el Vallès, amb cinc. Miquel Delmunts, Joan Jolis Santjaume i Rafael Figueró en són tres representants destacats, i el seu protagonisme en la vida cultural catalana del seu temps es manifesta, entre altres elements, per l'adopció de marques tipogràfiques.

Les marques són distintius que s'apliquen en els llibres per part d'un agent editorial per tal de caracteritzar la seva obra, a fi de ser-ne reconegut com a responsable de la producció, la publicació o la venda, distingir-lo d'altres companys de professió i

fer-ne promoció entre els possibles clients. Generalment és un gravat que representa lletres, altres signes i/o imatges figuratives o simbòliques, i que figura generalment en un lloc destacat del llibre per tal que es pugui identificar amb rapidesa.¹

Aquests recursos identificadors no són comuns a tots els responsables editorials i aquells que els empen no solen fer-ne un ús generalitzat en la seva producció. Les marques, que havien sorgit pocs anys després de la impremta de Gutenberg, a mitjan segle XV, es van difondre per Europa, i segons la majoria dels especialistes, com ara Zappella (1986: 5), el seu segle d'or fou el segle XVI. En la centúria següent minven tant en qualitat com en nombre; amb tot, continuen sent un element vigent en els tallers i les oficines editorials més importants, també en terres catalanes. Tot seguit analitzarem les estampes xilogràfiques triades com a senyals distintius dels tres artesans osonencs, incidint en els aspectes iconogràfics.

Miquel Delmunts

Miquel Delmunts² (Manlleu, 1613 - Barcelona, 1672) fou metge a Barcelona, però va compaginar aquesta activitat professional amb la compravenda de llibres a l'engròs i, més endavant, amb l'edició de llibres. Camprubí (2018: 259-267) en dona dades biogràfiques, assenyalant per exemple els seus quatre matrimonis, la compra de cases a Barcelona i de masos prop de Manlleu, l'exercici de la medicina en l'epidèmia de pesta a Barcelona de 1651 o la seva actuació política al Consell de Cent de Barcelona. En l'àmbit editorial, participa com a testimoni en un plet celebrat el 1648 entre l'impressor barceloní Antoni Lacavalleria i els llibreters de Lió Laurent Anisson i Laurent Renaud, i fa de llibreter. El 1650 compra l'antiga impremta de Pere Joan Dexeus a la seva vídua i aquell mateix any, ja activa a mans del nou propietari, treballaran per a ell estampadors com ara Tomàs Vassiana i Francesc Cays, o bé els seus nebots Martí Gelabert³ i Rafael Figueró. Aquest últim seria qui li compraria el taller el 1668.

Camprubí (2018: 265) assenyala setanta-un títols produïts per aquella oficina tipogràfica. Als peus d'impremta hi solen figurar només els professionals que gestionen l'obrador, i, de fet, tan sols he descobert un imprès on s'hi explicita que el va finançar Miquel Delmunts.⁴ I és en aquest, publicat el 1650, on figura una marca tipogràfica. Això és lògic perquè aquests senyals d'impressors i editors responen, entre altres motius, a una finalitat propagandística (De Antonellis, 1988: 47) i és en començar la seva tasca editorial quan més li convé donar-se a conèixer. L'obra, *Liber de officio curati*, un llibre escrit per l'italià Giovanni Battista Posevino, va ser

1. Incloc la definició establerta a la meua tesi doctoral, Eduard BOTANCH ALBÓ, *Marques tipogràfiques d'àmbit català (segles XV-XVII)*. *Repertori i estudi*, en fase de publicació. Actualment és consultable la seva primera versió digital.

2. En alguns documents, la forma del seu nom és Miquel del Munts, com figura a *Els llibres de l'ànima de la Diputació del General de Catalunya (1493-1714)*, obra coordinada per Eva Serra (2015).

3. En algunes edicions de Martí Gelabert hi figura el gravat d'un lleó ajagut que sosté un llibre. Alguns el consideren una marca tipogràfica; jo ho dubto perquè la imatge no té elements distintius i és adoptada per altres estampadors, simultàniament, com ara Josep Forcada, els Ferrer i Josep Casarachs.

4. Hi ha un altre llibre on s'esmenta Delmunts com a llibreter al peu d'impremta: Francisco de AMO-LAZ, *Concepcion Inmaculada de Maria: en sucinto informe descrito para la definicion de la Iglesia Santa*, Barcelona, Imprenta administrada por Francisco Cais, vendense en casa del doctor Delmunt, 1655 (Biblioteca de Catalunya, F. Bon 222).

impresa, tal com reflecteix el mateix peu d'impremta, per Tomàs Vassiana, a costa del doctor Miquel Delmunts.⁵



Figura 1. Marca de Miquel Delmunts. 63x65 mm (Biblioteca de Catalunya, 15-V-39).

Precedeix la informació editorial una estampa xilogràfica (figura 1) que sembla reproduir un blasó. Consta d'un escut quadrilong apuntat, timbrat amb casc de cavaller i llambrequins, que té al camper dues muntanyes entre les quals salta un isard (Botanch Albó, 2016: B-145). Aquest dibuix, per bé que només tenim constància que s'usés una sola vegada, constitueix sens dubte un distintiu referit a l'editor i no pas a l'impressor. És un exemple clar de marca parlant, és a dir, d'aquelles marques que al·ludeixen al nom del seu propietari. Les muntanyes, amb l'isard que ajuda a identificar-les, són els «munts» del seu cognom.

Joan Jolis Santjaume

Joan Jolis Santjaume és un estampador de molt més relleu, primer representant d'una destacada família d'impressors. Nascut a Sant Feliu de Torelló el 1650 en una família de pagesos (Socias Batet, 2001: 15), s'establí a Barcelona on aprengué l'ofici d'estampador en el taller del seu cunyat Rafael Figueró. Més endavant, ja casat, instal·là pel seu compte una impremta al carrer Cotoners vers el 1679. Aquell negoci va prosperar i després del seu traspàs, el 1705 (Camprubí, 2018: 312), fou mantingut per la vídua i els seus fills.

5. «Barcinone: ex typographia administrata per Thomam Vassiana, y à costa del doctor Miquel Delmunts, 1650.»

De tota manera, malgrat el nombre molt més alt d'edicions produïdes per aquest taller respecte al de Miquel Delmunts, del negoci de Jolis també es coneix només una marca, i de manera més deficient. De fet, dissortadament no he aconseguit trobar cap llibre que exhibeixi el seu signe distintiu. Les úniques referències provenen dels articles del llibreter Joan B. Batlle (1926: [2]) i de la historiadora Imma Socias Batet (2001: 28-29), i de la imatge del repertori de Francisco Vindel (1942: núm. 556).⁶ En el seu article, Batlle llista Joan entre els estampadors amb distintiu tipogràfic propi, mentre que Vindel inclou una imatge que «me fue facilitada por mi buen amigo, el librero de Barcelona, D. Juan Batlle».

Tanmateix, a diferència de la majoria de marques tipogràfiques que aplega, Vindel no indica cap referència d'alguna edició que contingui aquest distintiu. A més, paradoxalment hi ha disparitat en la cronologia: Batlle assenyala que la marca fou usada el 1701; Vindel, en canvi, la data el 1699. Socias Batet copia la imatge de la marca aportada per Vindel i aventura que potser fou gravada pel mateix Jolis, indicant que «figura en alguna de les seves edicions», si bé no dona cap informació més precisa.



Figura 2. Marca de Joan Jolis.

La imatge (figura 2) presenta un gerro de coll alt amb dues nanses, que conté cinc flors de lis. Envoltat la figura una anella ovalada on s'inscriu el cognom de l'impressor. Més enllà, una composició decorativa, amb dues figures antropomorfs entre volutes i penjolls de fruits, que s'enquadra dins un marc

6. El recull de Francisco Vindel, *Escudos y marcas de impresores y libreros en España durante los siglos XV a XIX (1485-1850)*, publicat el 1942, constitueix el primer i únic exemple de repertori general de marques tipogràfiques espanyoles i portugueses amb voluntat de ser exhaustiu. Una altra iniciativa més recent és *Marques d'impressors*, la base de dades sobre marques tipogràfiques duta a terme per la Universitat de Barcelona des de 1998. Constitueix un repertori digital de marques d'estampadors extretes de les edicions de llibres antics d'arreu que té aquesta biblioteca universitària.



Figura 3. Marca de Jean Petit (Biblioteca de Catalunya, Res. 250-12°).



Figura 4. Marca de Lucantonio Giunta (Biblioteca de Catalunya, Mar. 116-8).

rectangular. Per bé que no s'ha trobat cap edició amb aquesta marca, no sembla pas una falsificació, car l'estructura de figura principal rodejada per una anella amb el nom de l'estampador recorda un altre senyal tipogràfic català coetani, el de l'estampador Josep Texidó (m. 1722) (Vindel, 1942: núm. 556; Botanch Albó, 2016: B-099).

La identificació de les flors amb lliris que defensa Socias Batet (2001: 29) és plausible. La planta no es retrata de manera realista, tot i que s'hi dibuixen els seus estams llargs característics, però cal acceptar la tesi de Socias Batet (2001: 29) que afirma que «a la manera de les marques parlants, volen fer referència al cognom Jolis», puix que el nom de la flor coincideix amb la part final del seu cognom.

A més, cal tenir present que el lliri és una de les plantes més utilitzades com a motiu de les marques d'impressor arreu del continent. Ara bé, a diferència del cas de Jolis, en general els editors europeus adopten el lliri no com a marca parlant, sinó per altres motius. D'una banda, el lliri està associat amb la puresa, i per aquest motiu l'afegeix l'impressor Jaume Romeu a la seva marca, que comprèn elements referits a la Mare de Déu (Vindel, 1942: núm. 489; Botanch Albó, 2016: B-127).

D'altra banda, el lliri té una llarga relació amb l'heràldica a partir sobretot de la tria d'aquesta flor com a senyal propi de la monarquia francesa des de temps medievals. Lògicament, moltes edicions finançades pel rei de França o bé algun editor d'aquest país, com la família Petit (Renouard, 1928: núm. 896, 910), l'adopten. La imatge del lliri es correspon amb la seva forma heràldica, que consta d'una flor amb tres pètals, el del centre dreçat i els laterals, corbats cap enfora (figura 3). Aquest model heràldic francès coexisteix en les marques amb un altre de més freqüent, que prové de l'escut de la ciutat de Florència. Es distingeix de l'anterior per la presència de dos llargs estams entre els tres pètals. El model florentí (figura 4) es va difondre sobretot gràcies a la família dels Giunta, gran

empresa editorial sorgida a Florència i estesa després per altres ciutats d'Itàlia, França i Espanya. La puixança d'aquesta nissaga d'impressors i llibreters va provocar que també altres estampadors europeus utilitzessin el senyal florentí, malgrat no tenir-hi cap relació, tractant així de treure profit de la seva fama per a la venda dels seus llibres.

Rafael Figueró

Tal com assevera Xevi Camprubí (2018: 601) en la seva documentada monografia sobre l'impressor Rafael Figueró (1642-1726), aquest osonenc nascut a Manlleu i establert a Barcelona als vint anys, sota la protecció del seu oncle Miquel Delmunts i amb taller propi des de 1668, augmentaria molt el seu negoci editorial, aprofitant els nombrosos encàrrecs de la Diputació del General o la publicació de la majoria de les gasetes periodístiques de la ciutat de Barcelona, fins a esdevenir la principal figura del món editorial del seu temps:

«Per damunt d'aquests [mercaders-editors, com ara Sebastià de Cormellas o Antoni Lacavalleria], això no obstant, va destacar la figura de Rafael Figueró, la impremta del qual se situava, tant en dimensió com en producció, a l'alçada de les imprentes europees de nivell mitjà-alt. Figueró constitueix un cas atípic, ja que a pesar de provenir d'un entorn familiar modest, amb els anys va arribar a bastir la impremta més important de la Catalunya moderna.»

La seva producció tipogràfica abundosa i les empreses editorials conjuntes amb altres impressors o llibreters, així com l'evolució política de la confraria d'impressors de Barcelona, tenen el seu reflex en les marques que va utilitzar. Les tractarem en el seu ordre cronològic, fent referència tant als seus distintius individuals com col·lectius.

La primera marca a esmentar correspon a la confraria d'impressors, de la qual fou membre destacat, tal com assenyala Camprubí (2018: 236), ocupant els càrrecs de clavari (1671, 1675) i de cònsol (1684). Abans d'examinar la marca institucional, cal donar quatre apunts sobre aquesta confraria, d'existència atzarosa durant la segona meitat del segle XVII.

Els estampadors disposaven d'una confraria amb finalitats bàsicament religioses i assistencials, a diferència dels llibreters. Aquests últims, des de 1553, comptaven amb el reconeixement oficial per part del Consell de Cent de Barcelona de l'organisme que els representava, la Confraria de Sant Jeroni dels Llibreters de Barcelona. Rubió i Balaguer (1993: 186-187) relaciona aquest fet amb la fundació d'altres entitats de la mateixa mena a altres països europeus, com ara el Collegio di Stampatori e Librai, de Venècia (1549), o l'Stationers Company (1557) a Anglaterra. Tanmateix, l'historiador català assenyala una diferència notòria entre la confraria barcelonina i les altres. Als seus estatuts, els llibreters barcelonins exclouen de la seva corporació professional els impressors.⁷

7. Els llibreters barcelonins prohibeixen de manera explícita que pugui ser membre de la confraria ningú que no hagi passat l'examen d'ingrés del seu ofici: «Que deci al denant los qui volran parar botiga,

La competència i l'enfrontament entre estampadors i llibreters a Barcelona va ser un fet habitual perquè uns i altres assumien les activitats pròpies de l'altre col·lectiu. Hi havia impressors amb botiga on venien els exemplars produïts i també els d'altres i, així mateix, hi havia llibreters que a més de dedicar-se a la venda i l'enquadrernació de llibres es dedicaven a la impressió. Va enverinar més la situació la diferent qualificació oficial de les dues confraries. Tant impressors com llibreters eren considerats menestrals (Camprubí, 2018: 94)⁸ perquè exercien una feina manual, però els llibreters, a banda de les funcions religioses pròpies de qualsevol confraria, tenien atribucions de caràcter polític i civil.

A partir de 1676, els impressors, liderats per Rafael Figueró, Jacint Andreu i Antoni Lacavalleria, reivindiquen la seva professió i demanen al Consell de Cent que confirmi de manera oficial la seva confraria i la doti també de prerrogatives polítiques i d'unes ordenances que lluitin contra l'intrusisme professional (Camprubí, 2012: 79-80). La proposta fou atacada pels llibreters. Tot i això, i malgrat un primer refús del Consell de Cent, uns impressors —entre els quals figuraven Rafael Figueró i Joan Jolis Santjaume— van aconseguir finalment, el 26 d'abril de 1684, que el municipi reconegués el col·lectiu d'impressors de Sant Joan «ante Portam Latinam» com a corporació menestral i validés els seus reglaments.⁹

Tanmateix, la renovada confraria d'impressors, de la qual van ser escollits cònsols Rafael Figueró i Vicenç Surià, fou efímera. Un any més tard, el 31 de juliol de 1685, el municipi va anul·lar la decisió de l'any anterior, i la confraria d'impressors va tornar a les seves funcions tradicionals (González Sugrañes, 1918: 126-127). Entre els motius del canvi de parer de les autoritats municipals, Molas (1998: 43) apunta el monopoli de la impremta a Barcelona que van voler imposar els membres de la confraria, l'exercici rigorós de les seves prerrogatives i l'oposició frontal dels llibreters, més ben connectats amb els grups dirigents de la ciutat.

És testimoni de la corporació dels impressors la marca (figura 5) que apareix en una edició de *Sermones del padre Antonio de Vieyra*, publicada el 1685 per Jacint Andreu, Rafael Figueró, Antoni Lacavalleria i Josep Llopis. L'estampa de la portada reproduceix la imatge de sant Joan evangelista dins d'una caldera bullent, pregant impertorbable. El marc ovalat que envolta la imatge està dins del cos d'una àliga que mira a l'esquerra, amb les potes i les ales obertes (Vindel, 1942: núm. 536; Botanch Albó, 2016: B-168). Per tal d'explicitar el significat del gravat, l'acompanya una dedicatòria: «al glorioso apostol y evangelista sant Iuan en su martyrio de la Puerta Latina, patron de los impressores».

en Barcelona o en son territori, se hajan primer a presentar als dits cònsols de la dita confraria, y demanar lo examen per poder exercir la dita art de librater» (Batlle, 1928: [2]).

8. Molas (1998: 40) indica que els llibreters s'integraven dins de l'estament dels artistes arran de la seva activitat mercantil. Tanmateix Camprubí demostra que pertanyien als menestrals perquè estaven insaculats a la bossa del conseller sisè, el reservat a aquest estament.

9. González Sugrañes (1918: 123) en transcriu l'acord municipal.



Figura 5. Marca de J. Andreu, R. Figueró, A. Lacavalleria i J. Llopis. 50x68 mm (Biblioteca de Catalunya, Aguiló-8-85).

Sant Joan Evangelista, que en època medieval era el patró dels copistes de llibres manuscrits, també ho va ser del nou col·lectiu professional d'impressors en moltes ciutats europees, també a Barcelona (Molas, 1998), cosa que es tradueix en l'adopció d'aquest sant per impressors estrangers, cas del londinenc Robert Wyer (Davies, 1935: núm. 219) i el francès Jean Boude (Laurent-Vibert & Audin, 1925: núm. 43), i per part d'estampadors catalans, com Pere Rayner, Pere Malo o Jaume Galvan (Botanch Albó, 2016: B-169, i B-170).

Amb la imatge del sant patró, la companyia dels quatre impressors esmentats abans reivindica la nova entitat oficial, vigent el 1685, enfront dels llibreters. A banda del text que acompanya l'estampa, la identificació és clara perquè el sant a la caldera bullent es relaciona amb un dels martiris que va patir, segons la tradició, en una de les portes de la ciutat de Roma, «ante portam Latinam». A més, l'àliga és l'animal que s'identifica amb sant Joan, que amb altres tres figures compon el tetramorf, això és, la representació dels quatre evangelistes. Insistent en aquesta associació, cal recordar que sant Joan és conegut també com l'àliga de Patmos, incidint en els seus anys d'exili en aquella illa grega mentre escrivia, segons la tradició, l'Apocalipsi.

Aquesta estampa de 1685 fou creada, sens dubte, amb motiu del reconeixement municipal de la confraria d'impressors, i abans de la seva desaparició l'estiu d'aquell mateix any ja que tres dels estampadors pertanyen a l'entitat, i Lacavalleria s'havia significat en la temptativa anterior frustrada de 1675. És més, aquesta estampa no reapareix en cap altra edició posterior, després del fracàs del projecte corporativista dels estampadors barcelonins.

A partir d'aquestes constatacions, Batlle (1927: [2]) subratlla la identificació de l'estampa amb la nova entitat dels impressors de Barcelona fins a considerar-la el seu distintiu oficial:

«Aquest gravat no duptà que es la marca que adoptaren los stampers al constituirse en gremi, y per més que no la hem vista sinó en los Sermons del p. Vieyra, ne tenim prou, per nostres deduccions, al veure que los noms dels

estampers que editen la obra son los metexos que dictaren les ordinacions perquè se regí lo gremi durant los 15 mesos que funcionà, y que la data d'estampació del llibre es la de 1685.»

La segona marca de Rafael Figueró (Vindel, 1942: núm. 553; Botanch Albó, 2016: B-094) és la més evident. L'estampa parlant (figura 6) consta de tres fulles de figuera que neixen del mateix tronc i disposades una al centre i les altres a banda i banda, simètricament. Envoltat la planta un marc ovalat que té a la part superior un rostre dins d'una petxina i a la part inferior el monograma de l'impressor. Rodeja el marc una orla floral exuberant. A diferència de la majoria de marques, aquesta no està feta en fusta sinó que és calcogràfica, cosa que denota la condició benestant del propietari.



Figura 6. Marca de Rafael Figueró. 61x105 mm (Biblioteca de Catalunya, 14-V-39).

Lògicament aquesta marca pertany en exclusiva a Rafael Figueró i figura en diferents edicions a partir de 1693. Revisades les seves produccions del segle XVII, apareix aquesta marca en cinc edicions que corresponen a llibres de Nicolas Caussin,¹⁰ del frare Jaume de Corella¹¹ i del Col·legi dels Carmelitans Descalços, de Salamanca,¹² aquest últim en tres edicions successives, de 1692, 1693 i 1699. Resta el dubte de si la marca fa referència a Rafael Figueró o al seu fill Rafael Figueró i Jolis. El cert és que, tal com afirma Camprubí (2018: 244), el fill no va comptar amb un taller propi:

10. *La corte santa*, Barcelona, 1696-1698.

11. *Summa de la theologia moral*, Barcelona, <1700>.

12. *Collegii Salmanticensis FF. Discalceatorum B. Mariae de Monte Carmeli primitivae observantiae cursus theologiae moralis*, Barcelona, 1692.

«En qualsevol cas, a Rafael Figueró i Jolis no se'l pot considerar com un mestre impressor amb taller propi, no debades la impremta era una de sola i el seu propietari fou sempre el pare. Per aquesta raó, no existeix obra impresa que es pugui atribuir al fill. A més, mai no va arribar a fer-se càrrec del negoci, cosa que li corresponia com a primogènit i hereu, ja que va premorir el seu pare.»

Amb tot, és possible que la marca parlant pogués haver estat introduïda per influència del fill. Fins aleshores, quan el pare ja feia molts anys que estava a càrrec del negoci, no coneixem cap mostra de signe distintiu propi, i la data en què s'usa per primer cop és simptomàtica. Aquell any, el 1693, el fill va viatjar a Venècia «per aprendre la tècnica de fondre lletra i comprar matrius» (Camprubí, 2018: 242). No és forassenyat connectar les experiències d'aquest viatge amb el distintiu tipogràfic de Figueró, més quan el senyal és fet en metall, no xilogràfic com la majoria de marques catalanes coetànies.

L'última marca vinculada a Rafael Figueró (Vindel, 1942: núm. 532; Botanch Albó, 2016: B-122), datada el 1695,¹³ és el distintiu emprat per la companyia editorial barcelonina on està associat amb Antoni i Baltasar Ferrer i, segons Joan B. Batlle (1926: [2]) i Vindel (1942: 420), també amb Joan Payssa.¹⁴ La marca (figura 7) reproduceix un lleó coronat que sosté un cor, que conté les inicials dels membres de la companyia, rematat amb el número quatre. El felí se situa entre dos ocells rapinyaires amb el cap cot, damunt dels quals s'hi llegeix el lema «Ex amore fortitudo». Tanca la composició ovalada una orla molt decorada amb corns de l'abundància, figures humanes i motius vegetals. El lema, que pot ser traduït com «De l'amor prové la fortalesa», potser invoca la necessària bona entesa que ha d'existir entre socis a fi de garantir la solidesa d'un negoci.

La marca deriva clarament de dues altres utilitzades per una societat de llibreters barcelonins entre 1683 i 1688, integrada per Antoni i Baltasar Ferrer, Miquel Planella, Joan Cassanyes, Miquel Badia i Pere Pau. Contràriament a altres companyies catalanes, aquesta entitat va fer servir de manera regular el mateix model de distintiu: un lleó que du un cor, entre dues àligues, sempre amb el lema esmentat abans. En el primer disseny (Vindel, 1942: núm. 533; Botanch Albó, 2016: B-121), aplicat en sis edicions entre 1683 i 1688, el lleó exhibeix la cua sencera i el marc de l'escena és un simple rectangle, sense ornaments (figura 8). En canvi, en el segon disseny (Vindel, 1942: núm. 531; Botanch Albó, 2016: B-120), de 1685, del qual només tenim constància per la imatge proporcionada per Vindel,¹⁵ la cua del lleó és presentada incompleta i el marc està decorat amb volutes i vegetació (figura 9).

13. Només s'ha trobat en una edició: *Practica de el confessorario y explicacion de las LXV proposiciones condenadas por la santidad de N.S.P. Inocencio XI*, Barcelona, 1695.

14. Les inicials «I.P.» corresponents al quart soci han estat identificades amb Joan Payssa. Segons González Sugrañes (1918: 80), Joan Payssa havia mort el 1694. La data és errònia perquè el testament de J. Payssa data de 1697 (AHPB, Francesc Serra, Primer llibre de testaments, 875/54, f. 46-47).

15. Vindel indica que el distintiu procedeix d'una edició d'*Obras christianas* de Juan Eusebio Nieremberg, impresa a Sevilla i editada per aquests llibreters barcelonins el 1685. No s'ha trobat cap exemplar d'aquesta edició referenciada en catàlegs o bibliografies.



Figura 7. Marca d'A. Ferrer, J. Payssa, R. Figueró i J. Ferrer. 79x105 mm (Biblioteca de Catalunya, Tor. 144-4°).



Figura 8. Marca A d'A. Ferrer, B. Ferrer, M. Plane-lla, J. Cassanyes, M. Badia i P. Pau. 45x60 mm (Biblioteca de Catalunya, 14-IV-69).

És d'aquesta segona versió que procedeix la marca corporativa de Rafael Figueró amb els seus tres socis, tal com ho reflecteix la coincidència exacta dels animals, del número quatre i la presentació del lema. Curiosament, una de les diferències més evidents ressalta la dependència del disseny anterior: el cor mostra quatre parts, desiguals en la mida perquè les parts centrals s'han allargat,

esborrant subdivisions anteriors, ja que el cor ara només ha de contenir les inicials de quatre estampadors en comptes de les sis que s'havien d'encabir en la marca precedent. El canvi més notori és el marc, molt més ornamentat. Sens dubte, algun dels Ferrer es va quedar amb el motlle del distintiu de l'entitat, un cop es va dissoldre la societat comercial dels sis llibreters.

Diversos elements d'aquesta marca tenen una llarga història dins la iconografia dels senyals d'impressor. El lleó, molt corrent en els escuts d'armes medievals,¹⁶ com a símbol de força i poder, esdevé també un dels animals més usats en els distintius tipogràfics. Tuzzi (2009: 137-148) en registra prop d'un centenar que llibreters i impressors adopten, generalment amb una visió positiva. De la mateixa manera que en l'heràldica, de vegades el lleó és representat no com a figura principal de la imatge, sinó com a sostenidor de l'escut on hi ha les inicials o els monogrames dels impressors. En són exemples les marques del flamenc Hieronymus Verdussen (Havre, 1883: vol. 2, 312), de l'editor madrileny Gabriel de León (Vindel, 1942: núm. 501-508), o el nostre cas.

Si el lleó concorda amb la «fortalesa» de la segona part del lema, el cor sembla al·ludir a la primera part, l'«amor». En realitat, l'aparició de la figura cordiforme que engloba les inicials dels impressors no s'explica només per aquest sentit simbòlic. El cor prové d'una de les representacions esquemàtiques corrents de les marques tipogràfiques més antigues. Al segle xv i a la primera meitat del segle xvi un gran nombre de senyals fan servir signes i figures geomètriques, que provenen, en bona mesura, de les marques de propietat amb què els artesans senyalaven els productes que creaven. El més sovintejat és un cercle rematat amb una creu. El cercle sol presentar divisions i incloure les inicials o el monograma de l'impressor, i la creu pot comptar amb diversos travessers. De fet, la marca tipogràfica catalana conservada més antiga segueix aquest model. Pertany a Pere Miquel i està datada a Barcelona el 1493 (Vindel, 1942: núm. 33; Botanch Albó, 2016: B-032).

El disseny del cercle i la creu va evolucionar gradualment cap a la forma de cor, primer afegint una punta a la part inferior del cercle, tal com fan els senyals tipogràfics dels italians Baptista de Tortis i Pelegrino Pasquale (Davies, 1935: núm. 149, 169). Progressivament el semicercle inferior s'allargaria fins a dibuixar la forma d'una V. Són marques cordiformes les del francès Pierre Levet (Davies, 1935: núm. 177), de l'alemany Leonard Hutz que va treballar a València (Vindel, 1942: núm. 77) i de l'italià Bernardino Stagnino (Zappella, 1986: núm. 422).

En la marca de la companyia on participa Rafael Figueró, el cor que sosté el lleó està rematat amb una mena de número quatre. Aquest signe és un motiu recurrent en les marques des del segle xv, ja sigui acompanyant el cercle i la creu, ja sigui de manera independent. Està format per dos pals en creu que s'uneixen en diagonal amb un tercer pal entre els extrems superior i esquerre.

16. Zones com Bohèmia, Lleó, Flandes, o dos dels grans centres editorials del continent als primers segles de la impremta com Lió i Venècia, tenen lleons als seus escuts.

Segons Davies (1935: 44) el seu origen és molt antic, ja de la civilització grecollatina, quan Hermes-Mercuri, déu del comerç, estava associat al número 4, i per aquesta raó els mercaders van fer servir aquesta xifra per a marcar els seus béns, costum que s'estendria més tard a altres corporacions professionals. Val a dir que no és una teoria acceptada per tothom; ans al contrari, al llarg del temps, aquest signe del quatre i el seu significat ha generat molta controvèrsia entre els especialistes. Alguns impressors que compten amb el número quatre als seus distintius són Berthold Rembolt i Jean Granjon (Renouard, 1928: núm. 956, 395), l'anglès John Siberch (Avis, 1966: núm. 5) i el català Josep Llopis (Vindel, 1942: núm. 547-548; Botanch Albó, 2016: B-138, B-139).

Conclusions

D'aquesta breu panoràmica sobre marques d'impressors osonencs que treballaren a Barcelona entre el segle xvii i principis del segle xviii, s'observa la pervivència d'elements tradicionals en la tria dels distintius. Així, aquests estampadors continuen fent servir motius figuratius freqüents, com el lleó i la flor de lis, de tradició medieval, provinents de la imatgeria heràldica, que combinen amb altres elements relacionats amb antigues marques de fàbrica, ja presents en llibres incunables: el número quatre o el cor derivat del cercle i la creu.

La petita mostra manifesta també un dels trets més característics dels senyals tipogràfics catalans: la importància de les marques parlants. Probablement aquest gust per aquests distintius prové del gran nombre d'escuts parlants que, segons Riquer (1982: 11), constitueix una de les especificitats de l'heràldica catalana des dels temps més antics. La freqüència de les marques parlants a Catalunya és manifesta si la comparem amb les de França. Pierre Gheno (1999: 228) quantifica en un 19,7 % les marques parlants dels impressors francesos als segles xv i xvi, mentre que a Catalunya entre els segles xv i xvii la proporció és superior ja que suposa un 28 % del total (Botanch Albó, 2016: 365).

Pel que fa al nombre d'edicions amb marques és molt baix, seguint la mateixa tendència general catalana de l'època. Al llarg del segle xvii es palesa la progressiva disminució de marques, molt inferior a la centúria precedent i fins i tot més reduïda proporcionalment que les del període dels incunables. En qualsevol cas, aquestes marques identificadores pervivien encara, aplicades en treballs d'impressors notables, com a recurs estètic, enginyós i creatiu per a anunciar i garantir la qualitat i el rigor de les seves produccions.

Bibliografia

- AVIS, Frederick C. «English printers' marks of the sixteenth century». *Gutenberg-Jahrbuch* (1966), p. 315-320.
- BATLLE, Joan Baptista. «Les marques d'estampers y llibreters de Barcelona». *L'Arxiu* (juny 1926), p. [1]-[2].
- «Lo gremi d'estampers de Barcelona». *L'Arxiu* (abril 1927), p. [1]-[2].

- «Ordinacions de la Confraria de Sanct Hieronim dels Llibrers de la Ciutat de Barcelona, publicades per los lochs acostumats de la dita ciutat a 2 de març anys 1553». *L'Arxiu* (juny-agost 1928), p. [1]-[2].
- BOTANCH ALBÓ, Eduard. *Marques tipogràfiques d'àmbit català (segles xv-xvii). Repertori i estudi*. Universitat de Barcelona, 2016. Consultable en línia <<https://www.tdx.cat/handle/10803/386237>> [Tesi doctoral en fase de publicació]
- CAMPRUBÍ, Xevi. «Llibres i lliure comerç a la Barcelona moderna: els conflictes entre l'impressor Rafael Figueró i la confraria dels llibrers (1671-1711)». *Recerques: Història, Economia, Cultura*, núm. 65 (2012), p. 75-107.
- *L'impressor Rafael Figueró (1642-1726) i la premsa a la Catalunya del seu temps*. Barcelona: Fundació Noguera, 2018.
- DAVIES, Hugh William. *Devices of the early printers, 1457-1560, their story and development*. Londres: Grafton & Co., 1935.
- DE ANTONELLIS, Giacomo. «Le "marche" nel libro rinascimentale». *L'Esopo, rivista trimestrale di bibliofilia*, núm. 40 (desembre 1988), p. 47-55.
- GHENO, Pierre. *Les marques typographiques en France des origines à 1600*. École nationale de chartes, 1999. [Tesi doctoral] [Resum a: École nationale des chartes. Positions de thèses, 1999, p. 225-231.]
- GONZÁLEZ SUGRAÑES, Miquel. *Contribució a la història dels antics gremis dels arts y oficis de la ciutat de Barcelona*. Vol. 2: *Llibrers y estamperes*. Barcelona: Estampa d'Henrich y Companyia, 1918.
- HAVRE, Gustave van. *Marques typographiques des imprimeurs et libraires anversoises*. Anvers: J.-E. Buschmann; Gant: Ad. Hoste, 1883.
- LAURENT-VIBERT, R.; AUDIN, M. *Les marques de libraires et d'imprimeurs en France aux dix-septième et dix-huitième siècles*. París: Édouard Champion, 1925.
- Marques d'impressors* [en línia]. [Barcelona]: Universitat de Barcelona, 1998. <https://crai.ub.edu/sites/default/files/impressors/home.htm>
- MOLAS RIBALTA, Pere. «Els impressors de Barcelona. La lluita pel gremi». A: *Cinc segles d'història gràfica*. Barcelona: Gremi d'Indústries Gràfiques, 1998, p. 40-47.
- PUJOL I ROS, Joan. «Les marques d'impressor en la bibliografia mèdica editada als Països Catalans als segles xv, xvi i xvii». *Gimbernat*, 42 (2004), p. 192-205.
- RENOUARD, Philippe. *Les marques typographiques parisiennes des xve et xvie siècles*. París: Librairie ancienne Honoré Champion, 1928.
- RIQUER, Martí de. «Precisions sobre heràldica catalana». A: FLUVIÀ, Armand de. *Diccionari general d'heràldica*. Barcelona: Edhasa, 1982, p. 5-16.
- RUBÍ I BALAGUER, Jordi. *Llibrers i impressors a la Corona d'Aragó*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1993.

- SERRA, Eva (ed.). *Els llibres de l'ànima de la Diputació del General de Catalunya (1493-1714)*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 2015.
- SOCIAS BATET, Imma. *Els impressors Jolis-Pla i la cultura gràfica catalana en els segles xvii i xviii*. Barcelona: Curial / Abadia de Montserrat, 2001.
- TUZZI, Hans. *Bestiario bibliofilo: impresse di animali nelle marche tipografiche dal xv al xviii secolo (e altro)*. Milà: Sylvestre Bonnard, 2009.
- VINDEL, Francisco. *Escudos y marcas de impresores y libreros en España durante los siglos xv a xix (1485-1850)*. Barcelona: Orbis, 1942. [Hi ha un apèndix publicat a Barcelona el 1950.]
- ZAPPELLA, Giuseppina. *Le marche dei tipografi e degli editori italiani del Cinquecento: repertorio di figure, simboli e soggetti e dei relativi motti*. 2 vol. Milà: Editrice Bibliografica, 1986.

