



CATALOGARE IL LIBRO ANTICO IN SBN
TRIESTE
Ottobre 2008

LA MARCA
DEFINIZIONE E CREAZIONE



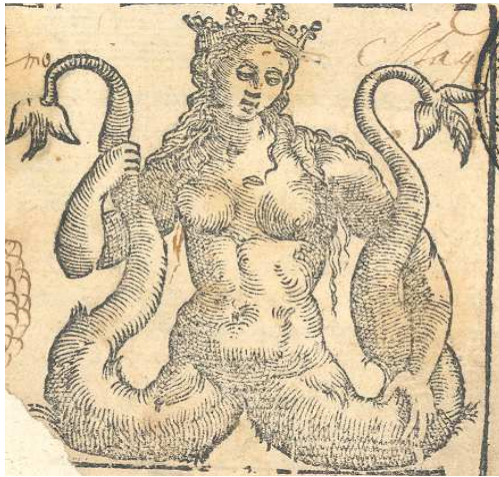
MARCA

Le marche dei tipografi e degli editori sono un **logo**, ovvero **marchi figurati di fabbrica** (provenienza produttiva), nel caso di marche tipografiche, di **commercio** (provenienza commerciale) nel caso delle marche editoriali.



MARCA

Come tutti i marchi usati in un contesto produttivo hanno lo scopo di **certificare** al consumatore **l'origine e la qualità** del prodotto.



MARCA

In linea di massima la marca era usata in esclusiva da un unico editore o tipografo (principio **dell'esclusività**) ed era unica, pur nelle sue varianti grafiche (principio **dell'unicità**), salvo possibili eccezioni da valutare singolarmente in termini giuridici.



MARCA

Giuridicamente non c'era differenza tra marchio denominativo (parole) e marchio emblematico o figurativo (figure).



MARCA

Quando un' azienda editoriale o tipografica cessava definitivamente la sua attività il marchio perdeva ogni suo significato distintivo e ogni valore giuridico, riducendosi ad una semplice immagine



MARCA

Le marche nel Quattro e Cinquecento erano xilografiche e venivano poste dapprima al colophon e successivamente sul frontespizio.



MARCA

Nel Cinquecento la marca raggiunge per varietà e fantasia il culmine divenendo, oltre che marchio, celebrazione dei valori umani e della nuova arte tipografica che consegna il prodotto dell'ingegno umano all'immortalità



MARCA

Sul frontespizio la marca di solito si posiziona nell'area intermedia, tra titolo e note di pubblicazione.



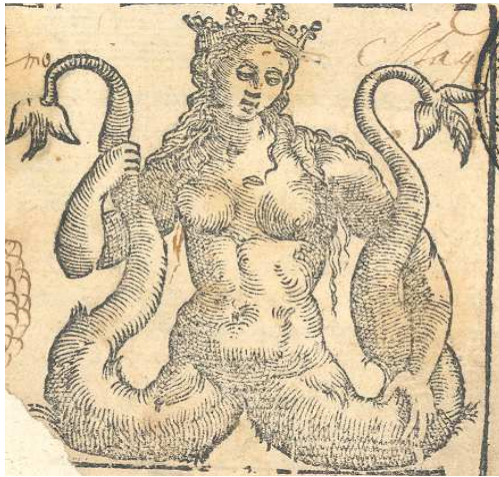
MARCA

Può però essere inserita anche nell' eventuale cornice che inquadra il frontespizio, tanto nella parte superiore che in quella inferiore o inserita nella vignetta frontispiziale o nella cornice che inquadra uno stemma o un ritratto.



MARCA

**Attenzione a non confondere le
marche con altri indicatori
figurali che possono comparire
sul frontespizio.**



- 1 - frontespizio con vignetta
- 2 - frontespizio con ritratto
- 3 - frontespizio con stemma
- 4 - frontespizio con fregio
- 5 - frontespizio con iniziale
- 6 - frontespizio con cornice

Le varie tipologie possono anche combinarsi tra loro (un front. può presentare contemporaneamente cornice e marca, cornice e ritratto etc.)

MD a 35

PETRI VICTORII
COMMENTARII

Legij IN LIBRVM *Soricienti*
Demetrii Phalerei de elocutione

POSITIS ANTE SINGVLAS
Declarationes Graecis vocibus Auctoris:
ijsdemque ad verbum Latine

Loc. ai EXPRESSIS. *catalogo miscripto*
ADDITVS EST RERVM ET VERBORVM
MEMORABILIVM INDEX COPIOSVS.

A. 16 58

Cum PII IIII. Pont. Max. COS XI Medicis Florentinorum
Senensiumq; Ducis & Alphonfi Ferrariensium Ducis,
priuilegijs ampliss. per decennium.



FLORENTIAE
In officina Iuntarum, Bernardi F.
MDLXII.

Marca di
Bernardo Giunta

MDa 30

LEXICON

GRAECOLATINVM

Allegij Soritiensis *Seu Societatis Jesu*

THESAVRVS LINGVAE GRAECAE,

Nunc demum post Gallicas, Germanicas, Venetasq; omnes editiones: Ac post eos omnes, qui in hoc commentandi genere haecenus excelluerunt, summa diligentia typis excusus, & accuratissime castigatus, ex ipsius IACOBI TVSANI Graecarum literarum professoris Regii manuscripto Lexico, magna cum dictionum, tum elocutionum accessione auctus, & plurimis in locis restitutus.

catalogo
Farrago libellorum, quos omnium maxime
manuscriptu d. 1628
Graecarum literarum candidatis lectu frugiferos fore duximus.

A FVRORE RVSTICORVM



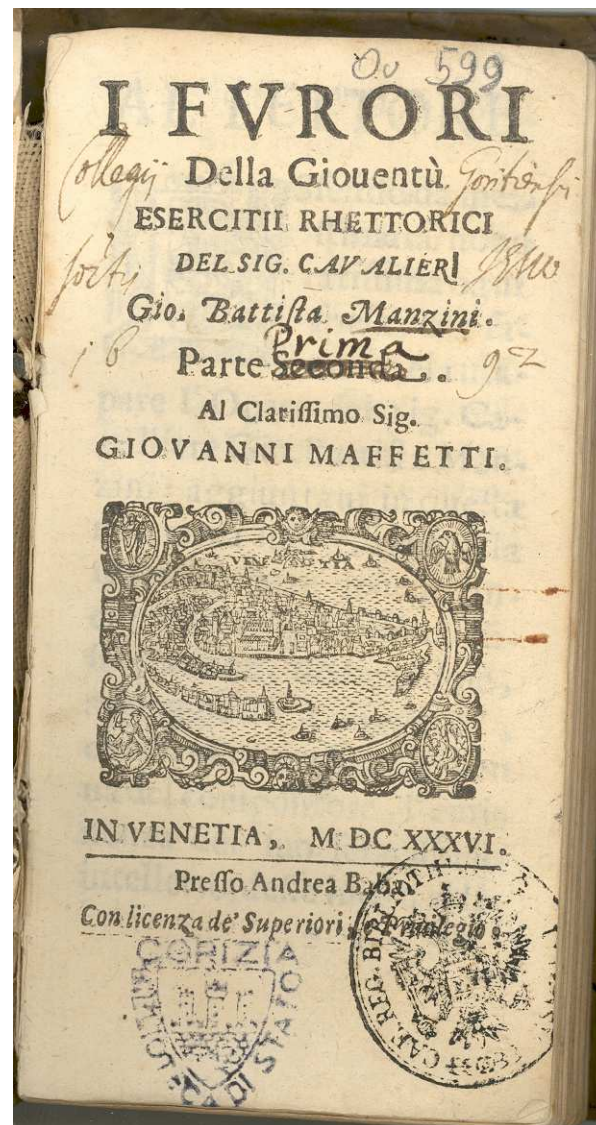
LIBERA NOS DOMINE.



Venetis Petrus Bosellus excudendum curabat.

M D L V.

Marca di Pietro Bosello



Marca di Giovanni Pietro Brigonci

0089

I CONSIGLJ
DELLA
SAPIENZA,
Ovvero la Raccolta delle Massime
DI SALOMONE

Le più necessarie all'Uomo per dirigersi
saviamente; *Gratiensis*
Collegij *Cov* *Riflessioni sopra di queste Massime.*

Opera trasportata dalla Lingua Francese
Catalogo *nell'Italiana.* *in scriptis*

A SUA ECCELLENZA
IL SIGNOR
ERCOLE PEPOLI,

Conte del S.R.I. di Castiglione, di Sparvi, e di
Baragazza, Patrizio Veneto, ec.



IN VENEZIA, M.D.CCIII.
Presso Aluise Pavino.
CON LICENZA DE' SUPERIORI, E PRIVILEGIO.

Marca di Alvise Pavini

OPERA DI M.
BARTOLOMEO
SCAPPI
CVOCO SECRETO
DI PAPA PIO QVINTO.

00 25

Coll. Gont. 100 Diuisa in sei Libri. *Cat. instig. 100*

Nel primo si contiene il ragionamento che fa l'Autore con Giovanni suo discepolo.
Nel secondo si tratta di diuersi viuande di carne, si di quadrupedi, come di volatili.
Nel terzo si parla della statura, e itagione de' pesci.
Nel quarto si mostrano le liste del presentar le viuande in tauola, cosi di grasso come di magro.
Nel quinto si contiene l'ordine di far diuersi forti di paste, & altri lauori.
Nel sesto, & vltimo libro si ragiona de' conualescenti, & molte altre forti di viuande per gli infermi.

RISTAMPATA CON DVE AGGIUNTE,
Cioè; il Trinciante, & il Mastro di Casa.
CON LE FIGURE CHE FAN BISOGNO NELLA CUCINA
& alli Reuerendissimi nel Conclauo.

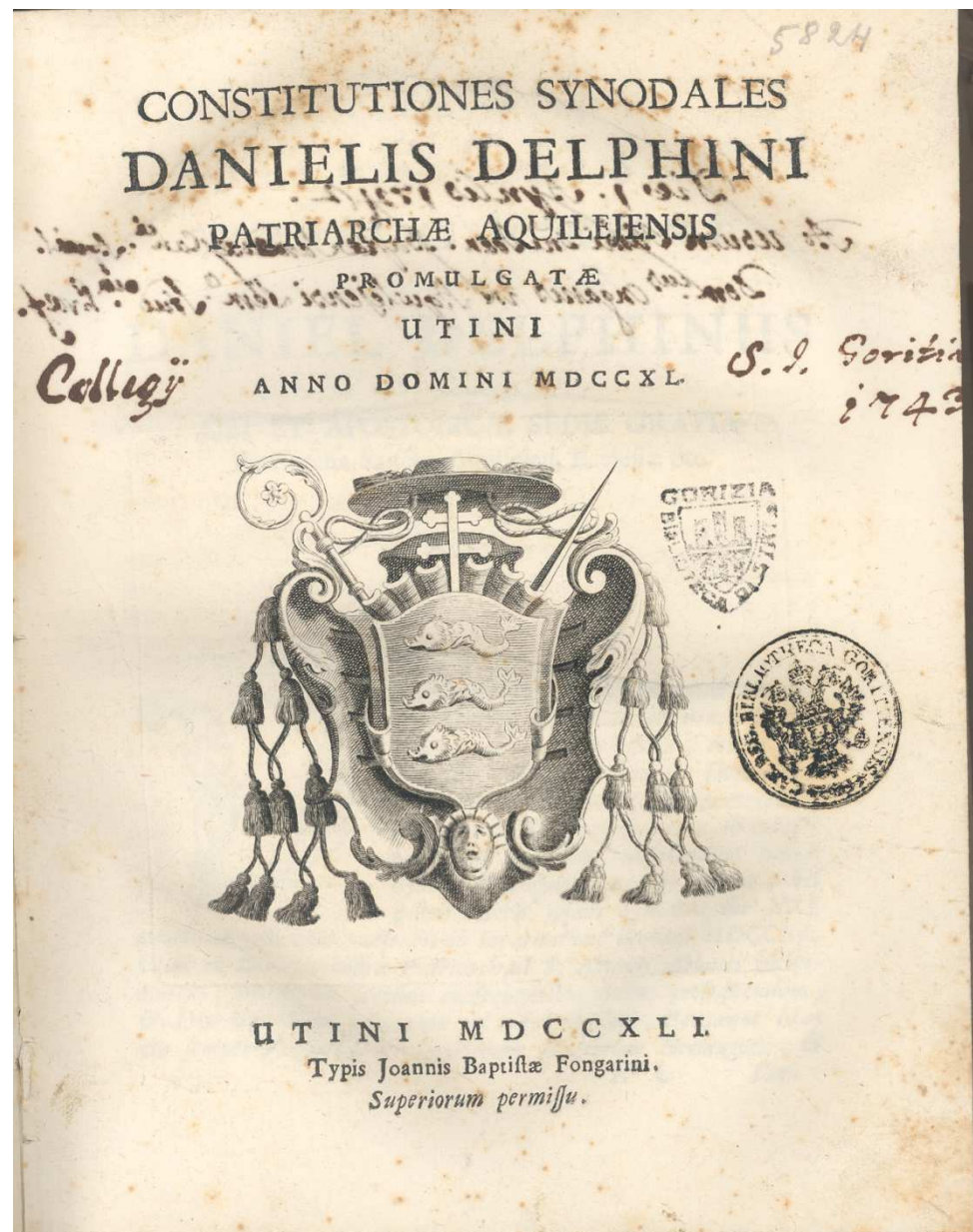


IN VENETIA, Presso Alessandro Vecchi. M DC V.

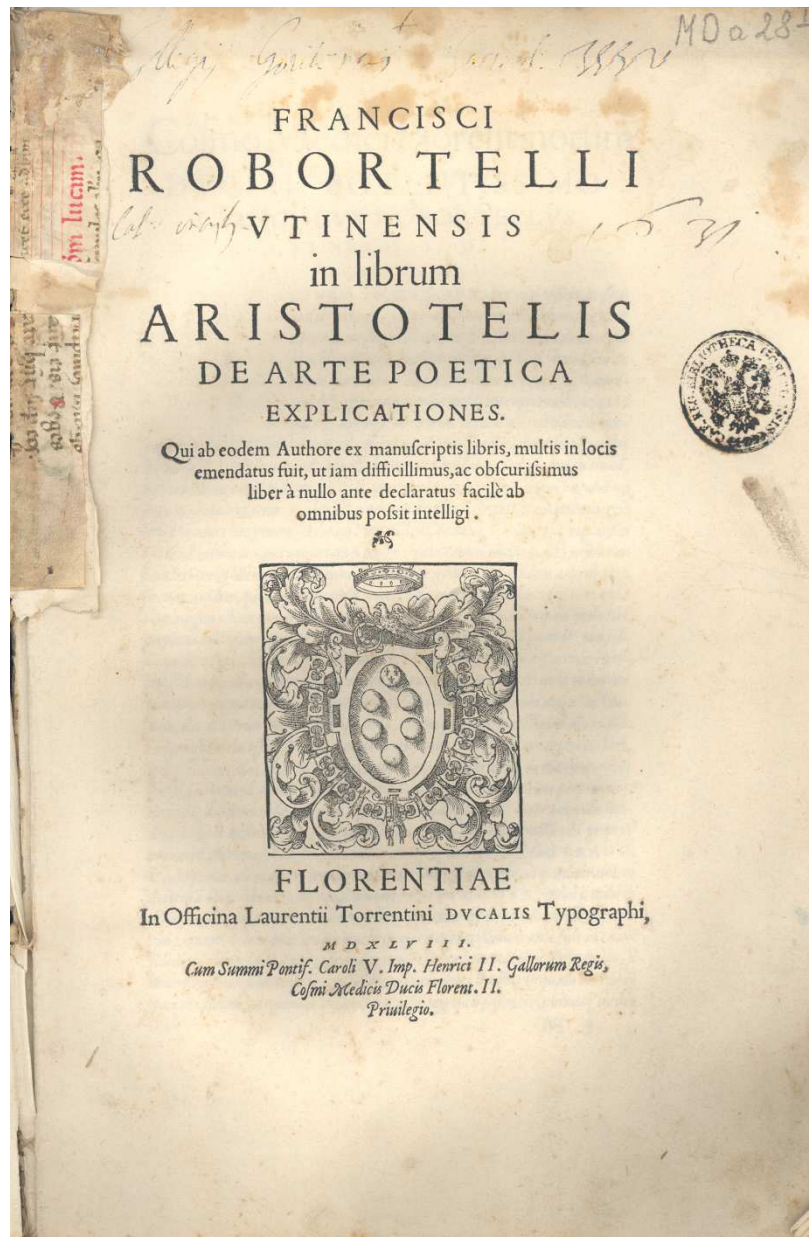




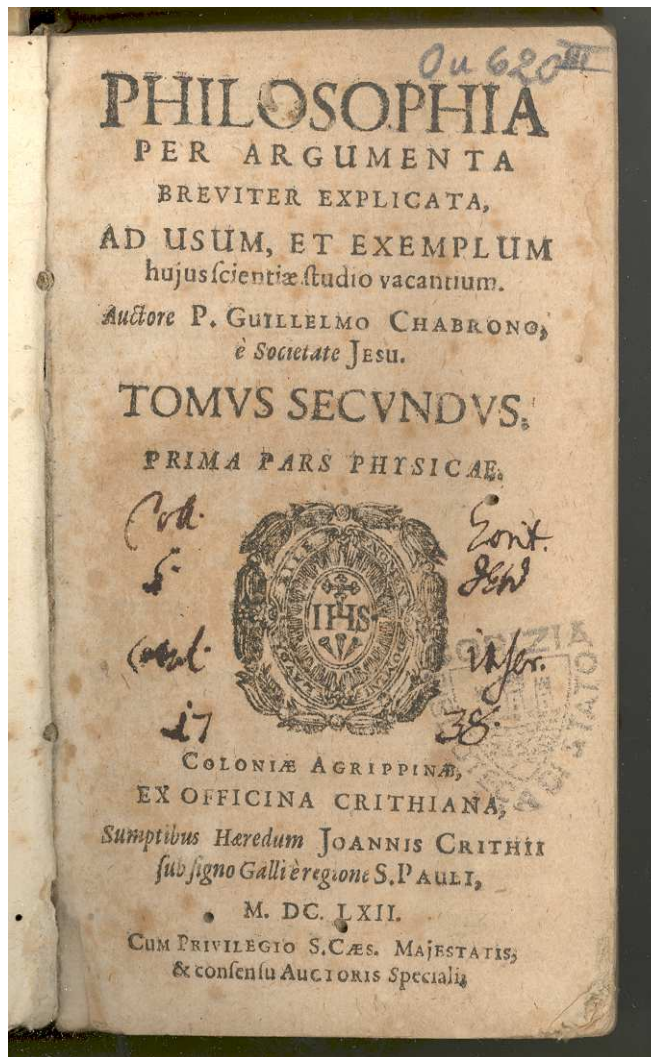
ritratto di Bartolo da Sassoferrato



stemma di Daniele Dolfin



Marca con stemma dei Medici



Emblema dei Gesuiti



Emblema dei Gesuiti

^{100 2-}
GEOGRAPHICA

GLOBI TERRAQUEI
SYNOPSIS.

EX VARJIS AUCTORIBUS,

At præsertim HÜBNERO celebri
Germaniæ Geographo concinnata
in usum studiosæ Juventutis.

Moy. Sont. S. J.

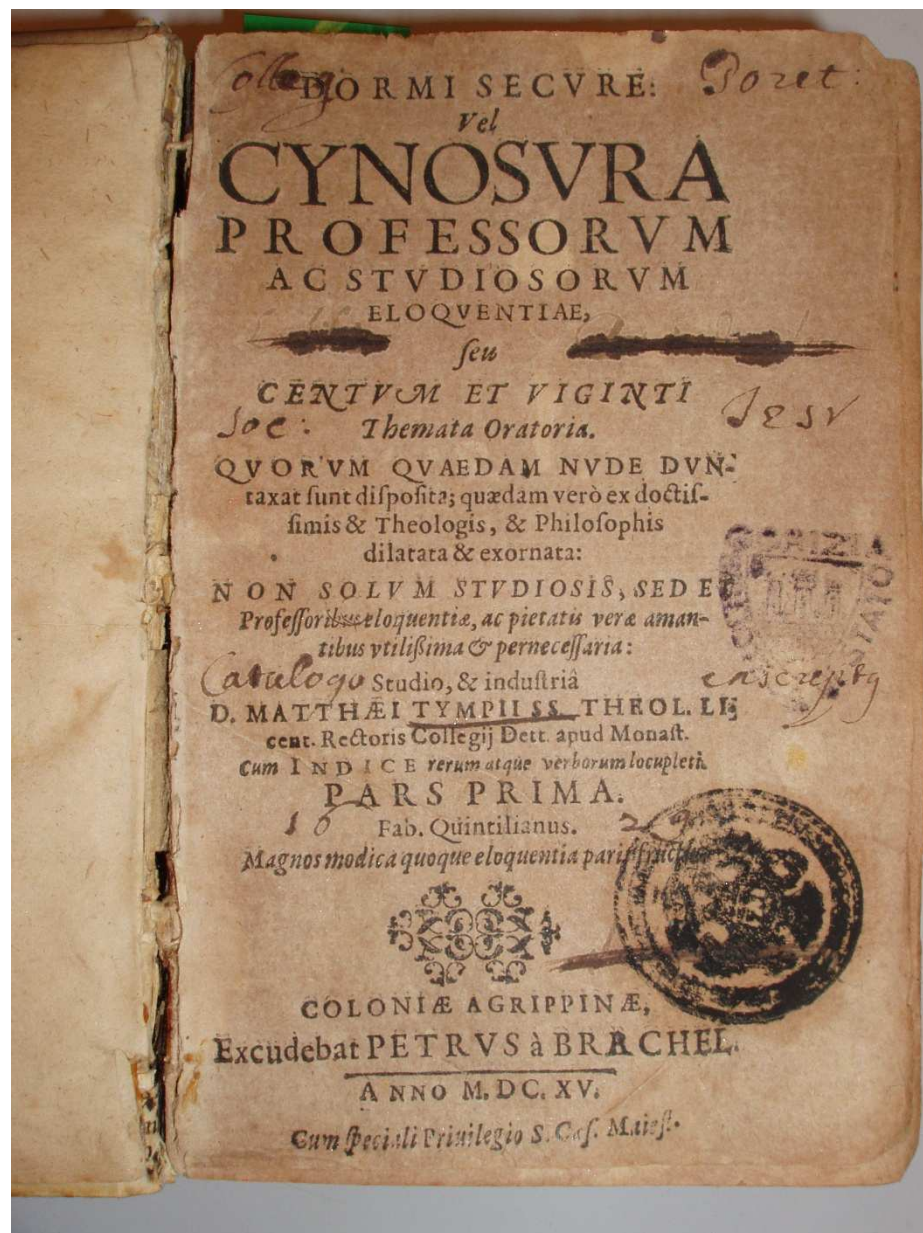


UTINI, M.DC.CXXXII.

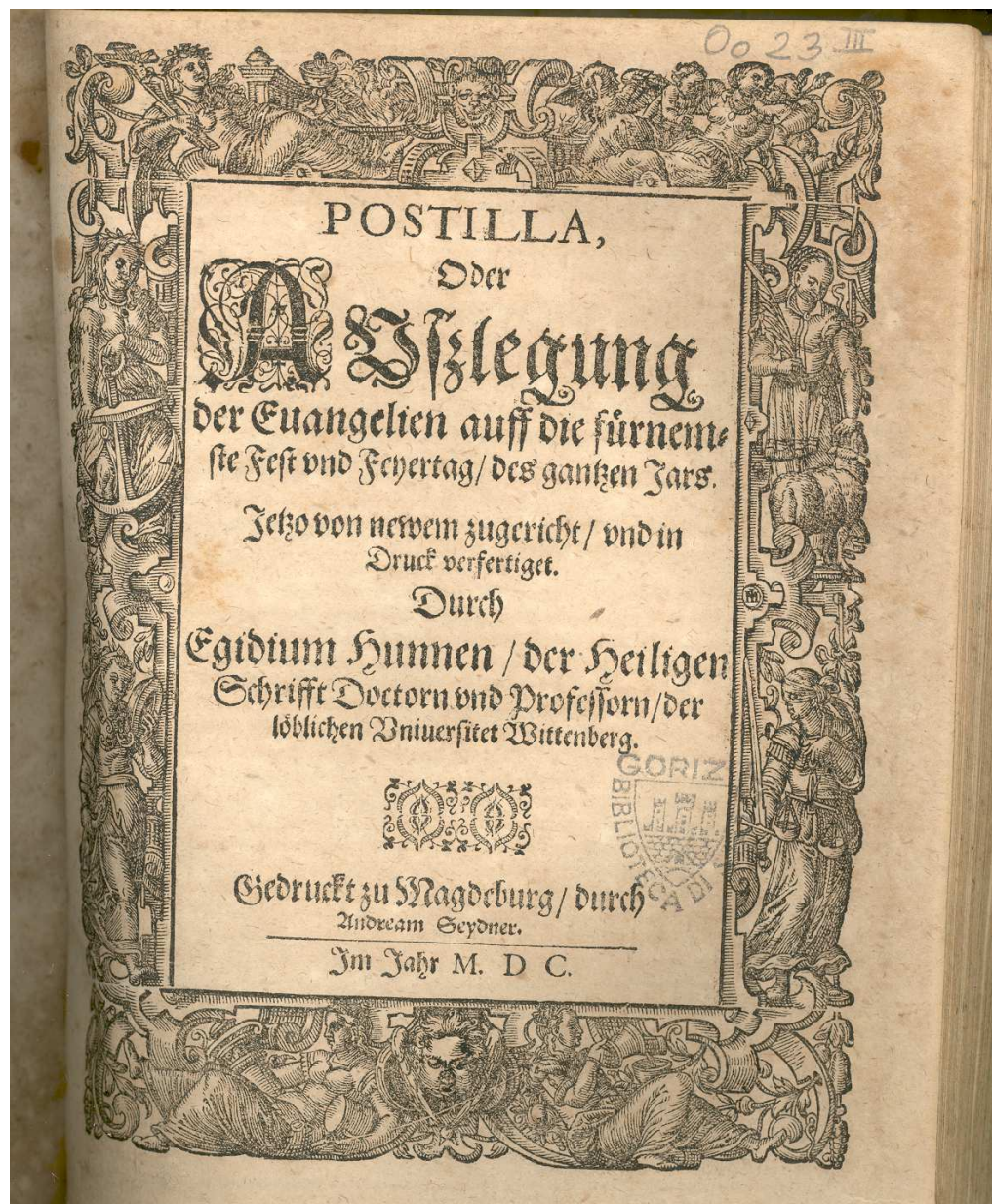
Typis Jo: Baptistæ Fongarini.

SUPERIORUM PERMISSU.

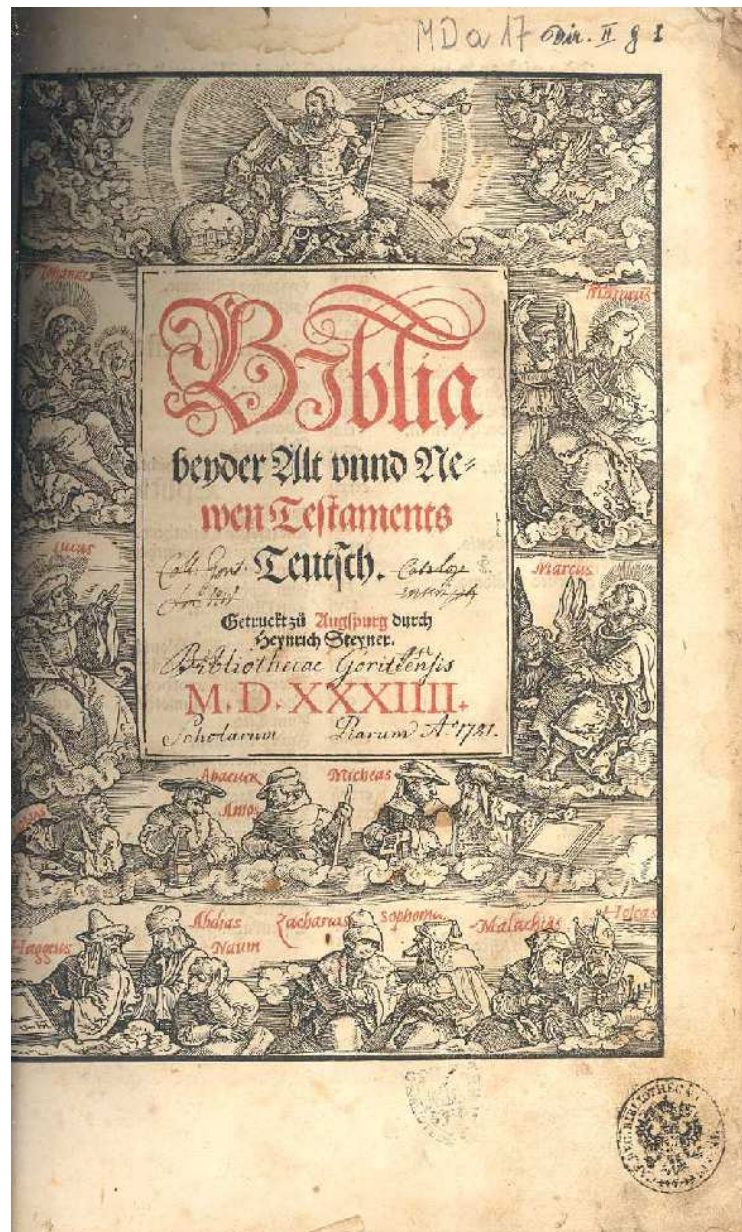
fregio xilografico



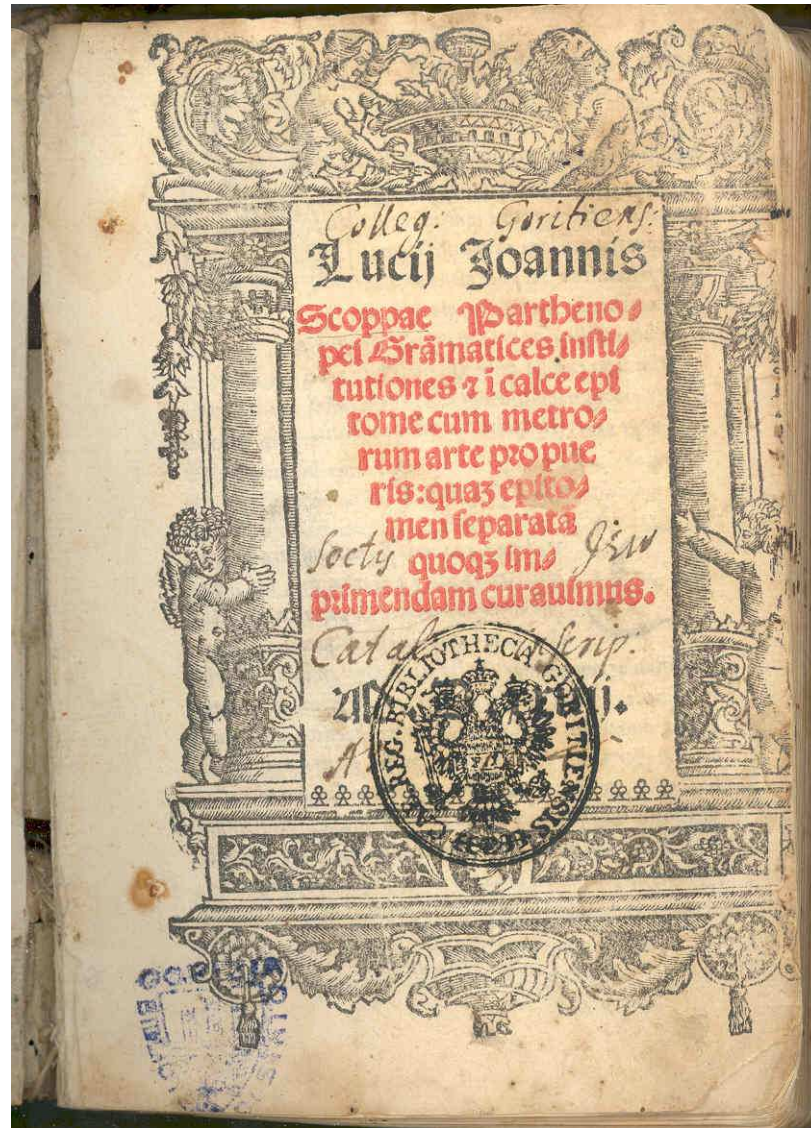
fregio tipografico



cornice e fregio



Cornice istoriata



Cornice architettonica



Si definisce frontespizio inciso quello nel quale anche il titolo e le note di pubblicazione non vengono impressi tipograficamente ma sono essi stessi incisi nella composizione xilografica o calcografica. Nel Cinquecento è xilografico, nel Seicento è calcografico quasi sempre.



DE CHRISTIANIS APVD IAPONIOS
Collegij TRIUMPHIS *Societatis*
 SIVE DE GRAVISSIMA IBIDEM CONTRA CHRISTI
 FIDEM PERSECVTIONE EXORTA
 ANNO M DC XII
De: u VSQ. AD ANNUM M DC XX. *Prav*
 LIBRI QVINQ.

In annos totidem summa cum fide ex annis Societatis
 IESV litteris continita historia serie distributi.
 AD SERENISSIMOS PRINCIPES
 GVLIELMVM PARENTEM,
 FERDINANDVM ET MAXIMILIANVM
 S. R. I. SEPTEMVIROS ELECTORES, ALBERTVM
 F. F.
 COM. PAL. RHENI VTRIVSQ.
 BAVAR. DVCES.

Auctore P. Nicolao Trigautio
 eiuſdem Societatis Sacerdote
 Belga Duacensi.
caelo cum *ministry*
 Raderi

AVCTARIO ET ICONIBVS
 SADELERIANIS
 MONACHII
 CIO IDC XXIII.



Cum Priuilegio Summi Pontificis, et Sac. Caes. Maest. ad decennium.





MARCA

L'importanza della marca almeno nel primo periodo della stampa manuale è determinata dal suo frequente uso in alternativa alla sottoscrizione



MARCA

E' perciò importante identificare in modo certo e corretto il proprietario della marca, che a volte può anche non essere la stessa persona che sottoscrive l'edizione sul frontespizio.



MARCA

La citazione standard indica una figura in un repertorio. La descrizione può essere uguale per più marche con lo stesso soggetto mentre la citazione standard ne individua solo una in modo univoco.



MARCA

Repertori per l'area italiana:

Cartacei

Fernanda Ascarelli, *La tipografia cinquecentesca italiana.*

Firenze, Sansoni Antiquariato, 1953. (A)

Fernanda Ascarelli-Marco Menato, *La tipografia del '500 in Italia.*

Firenze, L. S. Olschki, 1989. (T)

Fernanda Ascarelli - Emerenziana Vaccaro, *Marche poco note di tipografi editori italiani del sec. XVI. dalla raccolta della*

***Biblioteca universitaria Alessandrina in: Miscellanea di studi in memoria di Anna Saitta Revignas.* Firenze, L. S. Olschki, p. 29-**

52. (Q)



MARCA

**Repertori per l'area italiana:
Cartacei**

Paul Kristeller, *Die italienischen Buchdrucker- und Verlegerzeichen bis 1525*. Strassburg, J. H. Ed. Heitz, 1893 (ripr. facs. Naarden, A. W. Van Bekhoven, 1969). (K)

Emerenziana Vaccaro, *Le marche dei tipografi ed editori del secolo XVI nella Biblioteca Angelica*. Firenze, L. S. Olschki, 1983. (V)

Giuseppina Zappella, *Le marche dei tipografi e degli editori italiani del Cinquecento*. Milano, Bibliografica, 1986. (Z)



MARCA

Repertori per l'area italiana:
Cartacei

Inter omnes. Contributo allo studio delle marche dei tipografi e degli editori italiani del XVI secolo.
Istituto centrale per il catalogo unico delle biblioteche italiane e per le informazioni bibliografiche. Roma, ICCU, 2006 (solo per la ricerca e l'identificazione, per la citazione vedi EDIT16)



MARCA

Repertori per l'area italiana:

on line

EDIT16 per il Cinquecento (U)

MARTE per il Seicento (O)



Per le altre aree geografiche si rimanda
alla Guida alla catalogazione in SBN
Libro antico, p. 253-254.



Ai repertori citati nella Guida si sono aggiunti in seguito per l'area non italiana:

GERMANIA:

(W) Henning Wendland, *Signete. Deutsche Drucker- und Verlegerzeichen 1457-1600*. Hannover, Schlütersche, 1984 (VF)

SVIZZERA:

(Y) Paul Heitz, *Die Zürcher Büchermarken bis zum Anfang des 17. Jahrhunderts*. Zürich, Fäsi & Beer vormals S. Höhr, 1895 (F)

(X) Paul Heitz, *Genfer Buchdrucker- und Verlegerzeichen im XV., XVI. und XVII. Jahrhunderts. Marques d'imprimeurs et de libraires de Genève aux XVe et XVIIe siècles*. Strassburg, J. H. E. Heitz, 1908 (F)



MARCA

SBN prevede per la marca la possibilità di catturarla se già presente in archivio, o di crearla, in caso contrario. Per ambedue le operazioni, non essendoci un parallelo archivio iconografico, è **indispensabile sempre prima la ricerca della marca sui repertori di riferimento.**



MARCA

Nella creazione di una notizia (legami):

situazione 1: se non si possiede alcun repertorio di riferimento nel campo Numero Identificativo si digita il mid SBNM000001 (marca non controllata) e si cattura. In nota al legame si indica la posizione della marca sul libro e se ne può dare una descrizione breve. La descrizione e la posizione della marca si danno anche in area 4.



MARCA

Nella creazione di una notizia (legami):

situazione 2: dopo aver effettuato tutte le ricerche sui repertori di riferimento e aver verificato che la marca non è riportata su alcuno di essi nel campo Numero Identificativo si digita SBNM000000 (marca non censita) e si cattura. E' questo il caso delle marche presenti su libri del Seicento e del Settecento, secoli per i quali non ci sono repertori, per cui si fa sempre un collegamento con marca non censita (ma per il Seicento in Italia vedi MARTE). In nota al legame si riporterà la posizione della marca. La descrizione e la posizione della marca si danno anche in area 4.



MARCA

Nella creazione di una notizia (legami):

situazione 3: dopo aver effettuato le ricerche sui repertori ed aver identificato la marca, **se ne costruisce la citazione standard con le modalità che vedremo in seguito, quindi si procede da INTERROGAZIONI ad individuare il mid collegato a quella citazione standard.** Se la marca non risulta già inserita nella base marche di SBN (non esiste cioè un MID di riferimento ad essa collegato) si procede alla sua creazione.



MARCA

La marca si crea una volta chiuso il record attivando una fase IDENTIFICAZIONE MARCA EDITORIALE (da DATI ► H. marche editoriali, per la quale viene presentata una videata preimpostata per CODICE REPERTORIO (PARTE INIZIALE O COMPLETO) E CITAZIONE STANDARD. IN ALTERNATIVA CON F1 E' POSSIBILE CERCARE LA MARCA PER DESCRIZIONE. Si effettua una ricerca per identificativo del repertorio, prima in polo e, se non reperito, in indice. Se non è presente neppure in indice con N(uovo) si procede alla creazione.



MARCA

Le notizie relative alle marche prevedono

- ▶ da una a tre **citazioni standard**
- ▶ una **descrizione** tratta dai repertori
- ▶ da una a cinque **parole chiave**



MARCA

Nel **Campo descrizione**: si descrive la marca in non più di **160** caratteri, desumendola se possibile dalla descrizione presente nel repertorio di riferimento, eventualmente abbreviandola. Comunque il soggetto va sempre verificato



MARCA

Campo della Citazione standard. In questo campo si trascrive il codice che identifica il repertorio e il numero di figura o pagina dove è presente l'immagine della marca. Il codice è formato da due campi, il primo di un carattere in cui inseriremo la lettera che sul manuale ICCU identifica in maniera univoca il repertorio; il secondo di cinque caratteri, in cui inseriremo il riferimento preciso alla marca secondo le regole per tipologia di repertorio



MARCA

Il tipo F (= FIGURA) prevede l'inserimento del numero che identifica quella determinata marca nei repertori in uno o più volumi in cui le immagini sono numerate progressivamente, caratteri a disposizione = 5 (es. Giuseppina Zappella, Le marche dei tipografi italiani del Cinquecento = Z 00014 = Zappella, marca presente alla figura 14)



MARCA

Il tipo VF (VOLUME + FIGURA) prevede l'inserimento in prima posizione del numero del volume o della parte del repertorio in più volumi o in un solo volume diviso in più parti in cui non è presente numerazione progressiva delle immagini; caratteri a disposizione 2 per il numero del volume o della parte e 3 per il numero dell'immagine (es. P. Heitz *Frankfurter und Mainzer Drucker- und Verlegerzeichen bis in das 17. Jahrhundert* = F 02013 = marca presente nel volume 2. e alla figura 13)



MARCA

Il tipo P (PAGINA) contraddistingue il repertorio in un solo volume con figure non numerate e una illustrazione per pagina. Si inserisce il numero della pagina in cui è presente la marca; caratteri a disposizione = 5. Es. H. Grimm, *Deutscher Buchdruckersignete des XVI Jahrhunderts* = G 00056 = Grimm, pagina 56.



MARCA

Il tipo VP (=VOLUME+PAGINA) Repertorio in più volumi in cui le marche non sono numerate e c'è una sola marca per pagina. Caratteri a disposizione: 2 per il volume e 3 per le pagine es. (es. H. Baudrier, *Bibliographie lyonnaise* = L 11087 = v. 11 figura n. 87)



MARCA

Il tipo PC (PAGINA + NUMERO CONTATO) si usa per i repertori **in un volume** in cui le marche non sono numerate o non sono numerate progressivamente e ci sono più marche per pagina. Si ottiene indicando il numero della pagina o carta (3 caratteri) e il numero ottenuto contando dall'alto verso il basso e da sinistra a destra le marche presenti (2 caratteri) es. P. Heitz ***Elsässische Büchermarken bis Anfang des 18. Jahrhunderts*** = C03201 = p. 32 e numero "contato" della marca, 1.



MARCA

Il tipo VPC (VOLUME+PAGINA+marca Contata) per repertori in più volumi, con marche non numerate o non numerate progressivamente in cui ci sono più marche per pagina. 1 carattere per il numero di volume, 3 caratteri per la pagina o carta, 1 carattere per il numero della marca contata dall'alto verso il basso e da sinistra a destra.



MARCA

Se eccezionalmente il repertorio di un certo tipo contiene delle marche non citabili secondo la tipologia individuata, si rispetterà comunque la norma su esposta fornendo in nota al collegamento una precisazione dell'informazione.

Ad esempio se nei repertori di tipo **P o VP** eccezionalmente una pagina contiene più marche, si creerà il mid come previsto per questa tipologia, mettendo in nota al legame il numero della marca.

Se nei repertori di tipo **F o VF** eccezionalmente vi sono marche non incluse nella numerazione progressiva si farà un legame a **marca non censita** fornendo in nota al legame le informazioni necessarie all'individuazione della marca stessa.



MARCA

Se la marca non è censita oppure non si dispongono repertori di riferimento non si compila una nuova descrizione.



MARCA

Nel **campo parole chiave** si inseriscono parole desunte dalla descrizione e che siano significative dell'immagine, evitando elementi secondari. Consta di cinque campi contenenti 10 caratteri ciascuno. Le parole chiave si scrivono in caratteri maiuscoli, senza accenti, segni soprascritti o sottoscritti, senza spazi o punteggiatura. La prima parola chiave è sempre costituita nel caso sia presente, dai primi 10 caratteri del motto. In caso di più motti riferiti ad una stessa marca, se ne riporta sempre uno, gli altri compatibilmente con il numero delle parole desunte dalla descrizione.



MARCA

Eventuali nomi o iniziali di uno o più tipografi si trascrivono in una delle prime tre parole chiave, comunque **dopo il motto**, senza spazi, punteggiature, ma solo se sono all'interno della marca ed è chiaro che fanno parte della matrice. Per le immagini allegoriche, mitologiche etc. è bene riportare se uomo o donna, il nome della figura (ABBONDANZA, PACE, SIBILLA) e gli attributi (CORNUCOPIA, VELA, PALMA, LIBRO). La parola è data al singolare o al plurale a seconda del numero degli oggetti presenti nella marca.



MARCA

Nel **campo nota alla marca** si possono riportare notizie relative alla marca o eventuali altri motti che non si sono trascritti in descrizione.



MARCA

Per ogni marca **diversa** presente su un'edizione si crea un collegamento con la notizia bibliografica. Sia per le marche catturate che per le marche create è disponibile una nota al collegamento dove si precisa: ►



MARCA

1 - la posizione della marca nell'edizione che si sta descrivendo (Sul front. /Sui front. /In fine/ A c. ***/ In fine alla pt. ***/Nella cornice sul front. / Nella cornice sui front./ Nel fregio a c. ***/Nella testata a c.***) sia che si tratti di marca censita, non censita e non controllata



MARCA

2 - le sigle dei repertori consultati nel caso di marche non censite es. (es. Repertori consultati : Z e V. Marca simile a Z23), le somiglianze con marche censite, o altri repertori non elencati nella Guida in cui la marca è invece presente



Bibliografia:

MARTE (<http://193.206.215.10/marte/intro.html>) ;

EDIT 16 (http://edit16.iccu.sbn.it/web_iccu/ihome.htm) ;

Inter omnes. Contributo allo studio delle marche dei tipografi e degli editori italiani del XVI secolo. Roma, ICCU, 2006;

La gestione delle marche in SBN: tabelle di corrispondenza delle citazioni standard in: SBN notizie, 3/1996, p. 16-46;



Bibliografia:

***ICONCLASS.* A cura di [Henri van de Waal]. Edizione italiana a cura di Marco Lattanzi, Simona Ciofetta, Elena Plances. Roma, ICCD, 2000. 8 v.**

James Hall, *Dizionario dei soggetti e dei simboli nell'arte*, Milano, Longanesi, 1993



CATALOGARE IL LIBRO ANTICO IN SBN
TRIESTE
Ottobre 2008

LA MARCA
DEFINIZIONE E CREAZIONE