

Manuel Fernández: redes, mercado y estética en la cultura impresa del siglo XVIII

GUILLERMO PUPO PERNET

Oxford College of Emory University

gpupope@emory.edu

Título: Manuel Fernández: redes, mercado y estética en la cultura impresa del siglo XVIII.

Title: Manuel Fernández: Networks, Market, and Aesthetics in the Printed Culture of the XVIII Century.

Resumen: Este artículo analiza la figura de Manuel Fernández como impresor, librero y mediador cultural en el Madrid del siglo XVIII. A partir de documentación notarial, inventarios, colofones y redes de colaboración, se reconstruye el entorno familiar y económico que sostuvo la continuidad de su taller, así como las estrategias que le permitieron consolidarse en un mercado editorial competitivo. El estudio introduce el concepto de paladar imperial para interpretar cómo Fernández respondió a las expectativas estéticas, políticas y religiosas de su tiempo. Finalmente, se examina su firma estética, visible en el uso sistemático de capitulares, florones, querubines y virgulillas, que otorgan coherencia visual a sus impresos y convierten su producción en un objeto de prestigio y reconocimiento.

Abstract: This article examines Manuel Fernández as a printer, bookseller, and cultural mediator in eighteenth-century Madrid. Drawing on notarial documents, inventories, colophons, and evidence of his commercial network, it reconstructs the familial and economic foundations that sustained his workshop and the strategies that enabled him to remain active in a competitive book market. The study introduces the concept of imperial palate to explain how Fernández's editorial decisions responded to the aesthetic, political, and religious expectations of his time. Finally, it explores his editorial signature, expressed through the systematic use of decorated initials, fleurons, cherubs, and tildes, which provided visual coherence to his printed works and transformed them into objects of prestige and cultural authority.

Palabras clave: Manuel Fernández, Viuda de Manuel Fernández, Ángela de Apontes, colofones.

Key Words: Manuel Fernández, Viuda de Manuel Fernández, Ángela de Apontes, Colophons.

Fecha de recepción: 28/4/2025.

Date of Receipt: 28/4/2025.

Fecha de aceptación: 23/7/2025.

Date of Approval: 23/7/2025.

Qué analogía, en efecto, qué conexión entre el Sabio que engendra y el Impresor que da vida eterna a sus felices creaciones¹.

En su poema *L'Imprimerie* (1765) Jean-Baptiste Gillet describe detalladamente la vida del impresor, su equipo de trabajo y herramientas necesarias para transformar las ideas de los autores en producciones perdurables. Este trabajo estudia la dinámica de la imprenta madrileña en la primera mitad del siglo XVIII utilizando como objeto de estudio un impresor poco conocido, como lo es Manuel Fernández. Uno de sus libros más estudiados en el campo de los estudios literarios y coloniales es *El Oriñoco Ilustrado* (1741), escrito por el Jesuita José Gumilla². Aunque el texto ha sido ampliamente investigado, figuras como Fernández y el grabador Pablo Minguet han permanecido en gran medida al margen de la historiografía del libro. Este artículo examina el legado de Manuel Fernández y su contribución en la imprenta española. Para ello, propongo el concepto de *paladar imperial*, entendido como el entramado de expectativas estéticas, religiosas y políticas que regulaban la producción, circulación y recepción del libro en la España del siglo XVIII. Este marco interpretativo permite analizar la labor de Fernández no solo en su dimensión técnica, sino también como agente cultural que negoció su lugar en un mercado editorial competitivo.

Ignorar el papel de los impresores no es un fenómeno reciente: ya en 1723 Martin Fertel lamentaba la penuria de tratados sobre la imprenta, y el escaso reconocimiento que recibía este oficio³. Sin embargo, la contribución técnica y creativa de los impresores fue fundamental para preservar y organizar el conocimiento. Esta subestimación responde a un con-

1 Jean-Baptiste Gillet, *L'Imprimerie, poème*, Paris, P. G. Le Mercier, 1765, p. viij. “Quelle analogie en effet, quelle connexité entre le Savant qui enfante, et L'Imprimeur qui fait vivre à jamais ses heureuses productions”.

2 José del Rey Fajardo, *Nomenclátor Biográfico de los Jesuitas Neogranadinos: 1604-1831*, vol. I, A-L, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, 2020, p. 770.

3 Martin-Dominique Fertel, *La Science Pratique de l'imprimerie*, Saint-Omer, M. D. Fertel, 1723. “Il est surprenant de voir paroître tant d’Instructions pour se perfectionner dans différentes Sciences, & de n’en avoir point encore vû pour celle de L’Imprimerie; cependant, on doit convener que sans cet Art, le nombre des Sçavants ne seroit point si gran dans le siècle où nous sommes”.

texto social en el que se privilegiaba el *capital cultural* del autor sobre el del impresor⁴. El concepto de *capital cultural* propuesto por Pierre Bourdieu explica que, en la sociedad moderna, hay ciertos elementos como posesión de objetos, gustos por un tipo de música específica, que crean una *distinción social* entre un grupo y otro. Para Bourdieu, el gusto por las cosas no obedece a razones intrínsecas sino a factores externos que obligan a un individuo a tener los mismos gustos. Utilizo este concepto para explicar cómo Manuel Fernández respondió a los gustos de la imprenta en la primera mitad del siglo XVIII donde la censura de libros exigía tanto a autores como a impresores constatar que no hubiera mensajes en contra de la corona, la sociedad y la religión estatal. Estos gustos asocian a las letras con la aristocracia y los salones cortesanos. Sin embargo, el trabajo del impresor y su equipo de trabajo apuntan al éxito de la impresión de sus libros por medio de la venta de estos en calles estratégicas de Madrid, asociación con mercaderes de libros y la distinción de su trabajo en comparación de otros impresores. Es aquí donde los comentarios de Fertel y Gillet nos instan a investigar la labor del impresor como agente intelectual que mantenía un balance entre la venta de los libros y la satisfacción política, social y religiosa en Madrid, lo que yo llamo el *paladar imperial*. Si bien las evidencias históricas sobre la intervención de Fernández en los textos que imprimió son limitadas, Joaquín Álvarez Barrientos nos demuestra que trazar una topografía literaria nos permite explorar la relación entre los espacios literarios, el escritor y el impresor⁵.

1. DEFINICIÓN DEL LIBRO Y ESTUDIO DE *EL ORINOCO ILUSTRADO*

Definir qué es un libro en su totalidad excede los límites de este artículo. No obstante, es necesario esbozar una definición breve que permita

4 Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Reino Unido, Taylor & Francis Group, 2010, pp. 49 y 170-171.

5 Joaquín Álvarez Barrientos, “Imprentas y librerías en el Madrid del siglo XVIII: otro acercamiento a la sociabilidad literaria”, en *Redes y espacios de opinión pública: XII Encuentro de la Ilustración al Romanticismo. Cádiz, América y Europa ante la Modernidad. 1750-1850*, coord. Marieta Cantos Casenave, Cádiz, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz, 2006, pp. 373-378.

aplicar el concepto de *paladar imperial* y entender la función de Manuel Fernández como agente cultural. Al recordar los comentarios de Gillet y Fertel en la sección anterior, podemos ver que el impresor ocupaba un segundo plano en comparación con el autor debido a su *capital cultural*. El libro ornamentado con encuadernaciones finas, ilustraciones y tipografía única fue un elemento de *distinción social*⁶. En España, Matilde López Serrano explica que la encuadernación estaba estrechamente vinculada al linaje y a las aspiraciones de sus propietarios⁷. Este fenómeno se extendió a siglos posteriores; por ejemplo, en *El Periquillo Sarniento* ([1816] 2001), José Joaquín Fernández de Lizardi satiriza al personaje del doctor Purgante, quien se rodea de libros para proyectar una identidad culta sin necesidad de leerlos⁸. El pasaje sugiere que en el siglo XIX el libro se consolidó como objeto de *distinción social*; empero, en el siglo XVIII Benito Jerónimo Feijoo insinuó un aspecto similar.

Feijoo presenta en su *Theatro Crítico Universal* una relación entre el libro y su audiencia y lo define como una “alhaja” con valor intrínseco desigual:

son los libros alhajas, precios estimables, en quienes; aun supuesta la igualdad de volumen, y calidad de letra, y papel, cabe ser muy desigual el valor intrínseco. Hay libros excelentes, libros medianos, y libros ruines. Hay libros muy inútiles, libros algo útiles, y libros totalmente inútiles. Distinguimos estas tres clases para mayor claridad; no porque desde los libros excelentes a los totalmente inútiles no se vaya descendiendo por innumerables grados distintos, a quienes corresponden asimismo distintos precios⁹.

- 6 Roger Chartier, *The Order of Books: Readers, Authors, and Libraries in Europe between the Fourteenth and Eighteenth Centuries*, Stanford, CA, Stanford University Press, 1994, p. 16.
- 7 Matilde López Serrano, “La encuadernación en Madrid en la primera mitad del siglo XVIII”, *Archivo Español de Arte y Arqueología*, XIII, 37 (1937), pp. 1-13.
- 8 José Joaquín Fernández de Lizardi, *El Periquillo Sarniento*, tomo III, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2001, <https://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmcff3q1> (consultado el 14/09/2025).
- 9 Benito Jerónimo Feijoo, *Teatro crítico universal, o Discursos varios en todo género de materias para desengaño de errores comunes*, Quinta impresión, suplemento, Madrid, Viuda de Francisco del Hierro, 1730, p. 269.

Feijoo crea una *distinción social* a través de los libros, no por la materialidad del mismo, sino por el *capital cultural* del autor. Por eso, Feijoo menciona que no todo lector adquiría “luces” por el simple hecho de leer o escribir libros. Es más, Feijoo clasifica a la gente entre “gente docta”, “bárbaros” y “estúpidos”, sugiriendo que el libro como *distinción social* solo ejercía un cambio en la aristocracia cuando era escrito por un “buen” autor¹⁰. Así, Feijoo enfatiza que la posesión de libros no bastaba para tener un *capital cultural*; su valor dependía del contenido y del reconocimiento social del autor. Este comentario es clave para comprender *El Orinoco Ilustrado* no solo como texto, sino como objeto cultural, así como el papel de la censura en la presentación pública de la obra.

Según el *Corpus del Diccionario Histórico de la Lengua Española*, la palabra “alhaja” ha estado históricamente asociada con el valor social de los objetos. Sebastián de Covarrubias, en su *Tesoro de la lengua castellana o española* (1611), la define como aquello que adorna la casa y le da lustre, lo que refuerza la idea del libro como signo de *distinción social*¹¹. Del mismo modo, Juan de Arce de Otárola, en sus *Coloquios de Palatino y Pinciano*, retrata a personajes satisfechos con tener “una cama de cordeles y una arca y un banco y mesa de pino y sus libros”, demostrando que los libros eran parte del mobiliario simbólico que configuraba el estatus social y las aspiraciones de sus poseedores¹².

El libro, sin embargo, no era un objeto neutro. Su producción y circulación estaban determinadas por redes de patronazgo, autores, impresores y lectores. Como señala Richard Kirwan, los impresores-editores operaban tanto en mercados generales saturados de competencia como en mercados especializados que exigían inversión en conocimientos y redes sociales¹³. El éxito de un libro dependía de la capacidad de equilibrar las expectativas ideológicas, financieras y comerciales de la audiencia. Al mismo tiempo, los libros eran objeto de control. Como recuerda Juan Friede, en

10 *Ibidem*, p. 268.

11 Sebastián de Covarrubias Orozco, *Tesoro de la lengua castellana o española*, Madrid, Luis Sánchez, 1611, vol. I, fol. 33r.

12 REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Corpus del Diccionario histórico de la lengua española (CDH)*.

13 Richard Kirwan y Sophie Mullins, eds., *Specialist Markets in the Early Modern Book World*, Leiden, Brill, 2015, pp. 1-13.

el periodo colonial los censores vigilaban que las ediciones no incluyeran referencias a la violencia en las colonias ni críticas a la monarquía¹⁴.

Estas consideraciones permiten concebir el libro como un artefacto cultural cargado de expectativas estéticas, ideológicas y comerciales. Para mostrar cómo estos factores confluyen en un caso concreto, analizo *El Orinoco Ilustrado* (1741) impreso por Manuel Fernández. Margaret Ewalt explica como la obra combina intereses académicos, medicinales, políticos y misionales, además de ser una muestra de la Ilustración española¹⁵. En el marco de los estudios coloniales, la obra ha sido leída como testimonio del discurso racial del siglo XVIII explorando temas como blanquitud, negritud y la representación del indígena como “salvaje”¹⁶. La obra también ha sido vista como un eslabón que anticipa futuras investigaciones, en particular la de Alexander von Humboldt¹⁷. Debido a la inclusión de un mapa, el libro ha sido estudiado como ejemplo de la cartografía jesuítica¹⁸. Asimismo, su recepción ha sido analizada en relación con Francia y las Provincias Unidas de los Países Bajos, lo que revela la proyección del libro internacionalmente¹⁹. No obstante, la mayor parte

14 Juan Friede, “La censura española del siglo XVI y los libros de historia de América”, *Revista de Historia de América*, 47 (1959), p. 45.

15 Margaret Ewalt, *Peripheral Wonders: Nature, Knowledge, and Enlightenment in the Eighteenth-Century Orinoco*, Lewisburg, Bucknell University Press, 2008.

16 Ruth Hill, “Indios hijos de la luna, negros albinos y otros problemas blancos de la Ilustración temprana”, *Magallánica: Revista de Historia Moderna*, IV, 8 (2018), pp. 80-111; Fernando Nina, “*El Orinoco ilustrado* (1741) de José Gumilla: el sujeto americano entre naturaleza y taxonomía”, *Ibero-Romania*, 84 (2016), pp. 243-257; Ruth Hill, “Entering and Exiting Blackness: A Color Controversy in Eighteenth-Century Spain”, *Journal of Spanish Cultural Studies*, x, 1 (2009), pp. 43-58; Carlos del Cairo y Esteban Rozo Pabón, “El salvaje y la retórica colonial en *El Orinoco ilustrado* (1741) de José Gumilla S. J.”, *Fronteras de la Historia*, 11 (2006), pp. 153-181.

17 Margaret R. Ewalt, “The Legacy of Joseph Gumilla’s *Orinoco Enlightened*”, en *Jesuit Accounts of the Colonial Americas*, eds. Ralph Bauer y Jesús R. Velasco, Toronto, University of Toronto Press, 2018, pp. 344-373; Alberto Gómez Gutiérrez, “Darwin en Colombia”, *Medicina*, xxxi, 1 (2009), pp. 54-57.

18 Mirela Slukan-Altić, *Encounters in the New World: Jesuit Cartography of the Americas*, Chicago, University of Chicago Press, 2022, pp. 41-46; Agustín Udías, “Naturalists, Geographers and Explorers”, en *Jesuit Contribution to Science*, ed. Agustín Udías, Cham, Springer International Publishing, 2015, pp. 105-131.

19 Andrés Castro Roldán, “*El Orinoco ilustrado* en la Europa dieciochesca”, *Fronteras de la Historia*, 16, 1 (2011), pp. 42-73.

de estos trabajos menciona la función de Manuel Fernández solo de forma marginal, reduciendo su papel a un dato decorativo.

Resulta difícil atribuir el éxito de la obra exclusivamente a José Gumilla. Fernández no solo imprimió el libro, sino que gestionó su producción, distribución y comercialización. La edición de 1963 de *El Orinoco Ilustrado* buscó rescatar la obra del olvido y presentarla como testimonio de los primeros esbozos de la descripción del suelo venezolano. Demetrio Ramos Pérez propuso que la venta de la primera edición ocurrió a finales de septiembre, basándose en las licencias de la segunda edición, publicada en dos volúmenes en 1745²⁰. Sin embargo, la *Gaceta de Madrid* del 24 de octubre de 1741 anunció oficialmente su venta, lo que sugiere que tuvo lugar en la segunda mitad del mes. Este dato proporciona una fecha precisa y revela estrategias de comercialización probablemente impulsadas por Fernández.

El anuncio publicado en la *Gaceta* decía lo siguiente:

Libro nuevo: El Río Orinoco, ilustrado con su Mapa, y dos láminas, Historia Natural, Civil, y Geographica, con nuevas, y útiles noticias, escrito por el P. Joseph Gumilla, de la Compañía de Jesús, Misionero de los Indios de dicho Río, y Procurador de sus Missiones en esta Corte; se hallará en la Librería de Manuel Fernández, Puerta Cerrada; y en la de Francisco Rodríguez, Calle de Toledo²¹.

El título citado como *El Río Orinoco* no coincide con *El Orinoco Ilustrado*. Ramos sugirió que durante la censura circularon dos manuscritos: uno titulado *Historia Natural, Civil y Geografía de las Naciones Situadas en las Riberas del Río Orinoco por el Padre José Gumilla* y otro resumido como *El Orinoco Ilustrado*²². Ramos argumenta que la posible causa del primer nombre fue un error por parte del censor quién resumió el contenido del texto a través del mito del Dorado. Este mito fue de gran resonancia en la época²³. Sin embargo, la Biblioteca de Montserrat conserva una versión manuscrita.

20 José Gumilla, *El Orinoco Ilustrado y Defendido*, Madrid, 1963, p. xxxvi.

21 *Gaceta de Madrid*, 38 (12/05/1741).

22 Gumilla, *op. cit.*, p. xxxiv.

23 Demetrio Ramos Pérez, “El mito del Dorado no tiene un origen andino”, *Histórica*, xix, 2 (1995), pp. 281-293.

ta con el primer título, lo que sugiere que efectivamente pudieron circular dos versiones²⁴.

La mención al mito del Dorado en la *Gaceta* habría predisposto a la audiencia, generando expectativa sobre el contenido de la obra. De las nueve licencias incluidas en el libro —contando la Fe de erratas y la Suma de la Tasa—, el dictamen de Dionisio de Alsedo y Herrera confirma que *El Orinoco Ilustrado* reúne información dispersa en diversas obras en un solo volumen. La edición de 1963 analizó estas licencias sin profundizar en su función como mecanismos de legitimación pública. Este anuncio, además, confirma la colaboración de Fernández con Francisco Rodríguez, quien vendía el libro en la calle de Toledo, lo que evidencia una red de distribución más amplia de lo que se había documentado.

Si bien es cierto que la producción de libros en el siglo XVIII involucraba a múltiples agentes como cajistas, editores, correctores y censores, cuyas intervenciones podían enriquecer la obra, sin embargo, las conexiones entre estos agentes son poco discutidas. Como sugiere Gillet, el impresor era el agente que materializaba las ideas y las transformaba en un objeto legible y duradero: “uniéndose entonces un compañero fiel, del resorte de la prensa le traza un modelo; y sus esfuerzos comunes, fecundando sus deseos, hacen brotar de sus manos la fuente de los placeres”²⁵. Esta “fuente de placeres”, a la que llamo *paladar imperial*, requería no solo de la prensa, sino de una colaboración múltiple: desde la obtención de materiales y la decoración del libro hasta la organización de los puntos de venta. Conocer estas estrategias y colaboraciones permite entender cómo Fernández construyó una identidad editorial reconocible que, como se argumentará más adelante, debe leerse como parte de un sistema de distinción entre impresores y marcas editoriales. Esta introducción establece el contexto para entender el libro como un objeto de *distinción social*. En la siguiente sección, explicaré el entorno familiar y comercial de Manuel Fernández y, posteriormente, daré ejemplos de elementos tipográficos

24 José Gumilla, *Historia natural, civil y geografía de las naciones situadas en las riberas del río Orinoco por el Padre José Gumilla, misionero que fue de las misiones del Orinoco, Meta, Casanare*, Madrid, Manuel Fernández, 1741.

25 Gillet, *op. cit.*, p. viij: “S’associant alors un compagnon fidèle / Du ressort de la presse il lui trace un modèle; / Et leurs efforts communs, fécondant leurs désirs, / Font jaillir de leurs mains la source des plaisirs”.

que conforman su marca editorial. Sostengo, por tanto, que el éxito y la autoridad cultural de *El Orinoco Ilustrado* dependen tanto de las decisiones editoriales y comerciales de Manuel Fernández como del texto de José Gumilla.

2. EL MUNDO DE MANUEL FERNÁNDEZ

A mediados del siglo XVIII, Madrid contaba con 25 casas de imprenta, aunque solo unas pocas mantenían una producción sostenida y competitiva. Eugenio Larruga ofreció un retrato crítico del estado del sector, señalando que, con excepción de 7 u 8 talleres, la mayoría apenas conservaban entre 2 y 7 prensas²⁶. En este panorama, los herederos de Manuel Fernández lograron sostener una imprenta con 7 prensas, una cifra significativa si se compara con las 21 de la Real Imprenta o las 16 de los Sancha. De las 131 prensas registradas en Madrid en esa década, la de Fernández representaba casi el 6 % del total. En un entorno tan competitivo, esta presencia relativamente modesta exigía estrategias claras para permanecer activos en el mercado editorial. Si consideramos el libro como un objeto asociado al estatus social de su poseedor, es razonable suponer que Fernández cuidaba tanto el contenido como el diseño de sus impresos para atraer a un público exigente y consolidar su prestigio profesional.

Los archivos disponibles permiten reconstruir aspectos poco conocidos del entorno familiar de Manuel Fernández, fundamentales para comprender la continuidad de su imprenta tras su fallecimiento y para aportar datos novedosos a la historia del libro español durante el siglo XVIII. En su acta de matrimonio conocemos el nombre de su esposa, de sus suegros y de sus padres. El 7 de diciembre de 1732, Manuel Fernández contrajo matrimonio con Ángela de Pontes, transcrita en otros registros como Ángela de Apontes²⁷. Este dato es imprescindible para la historia de las impresoras madrileñas, pues resuelve incógnitas planteadas por otros investigadores. Por ejemplo, estudios recientes como los de Sandra Establés Susán no

²⁶ Eugenio Larruga, *Memorias políticas y económicas sobre los frutos, comercio, fábricas y minas de España*, Madrid, Don Antonio Espinosa, 1788, p. 211.

²⁷ Archivo Diocesano de Madrid, Parroquia de San Justo y San Pastor, *Libro de Matrimonios*, libro 18, fol. 276 (1732).

establecen relación directa entre la Viuda de Manuel Fernández y Ángela de Apontes, lo que sugeriría que se trata de dos impresoras contemporáneas²⁸. Sin embargo, ya en los años 80, Diana Thomas había propuesto que estas dos impresoras eran la misma persona²⁹, hipótesis que encuentra confirmación en impresos como la *República literaria* (1759), donde la licencia del Consejo menciona que la Viuda de Manuel Fernández y Ángela de Apontes son efectivamente la misma persona³⁰. Además, en el acta de defunción de Manuel Fernández se consigna que falleció el 9 de agosto de 1750 frente al Colegio Imperial y que su cuerpo fue enterrado en la iglesia del convento de Santo Tomás de la Corte de Madrid³¹. Estos datos corroboran lo señalado en el catálogo de la Biblioteca Digital Hispánica, que la Viuda de Manuel Fernández comenzó a usar esa denominación desde 1751, el año siguiente a la muerte de su esposo. Aunque el trabajo editorial de Ángela de Apontes escapa al foco principal de este estudio, constituye una línea prometedora para futuras investigaciones sobre la continuidad del negocio familiar bajo su liderazgo.

Tanto el acta de matrimonio como la de defunción aportan datos hasta ahora desconocidos. Gracias a ellos sabemos que Juan Francisco Fernández y María de la Farja (o Farxa) eran los padres de Manuel, mientras que Matheo de Pontes y Francisca Castañón eran los padres de Ángela. Asimismo, se mencionan los hijos de este matrimonio: María, Juan, Antonio, Ana y Juan Bautista Fernández. El acta de defunción indica que el testamento se elaboró un día antes de su muerte; sin embargo, este solo fue llevado a cabo el 29 de julio de 1752³².

Es sabido que las imprentas eran, por lo general, negocios familiares, pero según los documentos hasta ahora recopilados no puede determinarse si alguno de los miembros de ambas familias desempeñó un papel

- 28 Sandra Establés Susán, *Diccionario de mujeres impresoras y libreras de España e Iberoamérica entre los siglos XV y XVIII*, Zaragoza, Prensas de la Universidad de Zaragoza, 2018, pp. 135 y 187.
- 29 Diana M. Thomas, *The Royal Company of Printers and Booksellers of Spain, 1763-1794*, Troy, Nueva York, Whitston Publishing Company, 1984, p. 152.
- 30 Diego de Saavedra Fajardo, *República literaria*, Madrid, Ángela de Apontes, 1759.
- 31 Archivo Diocesano de Madrid, Parroquia de San Justo y San Pastor, *Libro de Defunciones*, libro 19, fol. 247 (1759).
- 32 Archivo Histórico de Protocolos, *Inventario de bienes de Manuel Fernández, impresor*, 21 de agosto de 1752, fols. 1-223.

activo en la industria del libro. Sabemos, por ejemplo, que Manuel heredó de su propia madre, María Bosque (viuda de Antonio de la Farxa), una casa descrita como pequeña en la Calle de San Gregorio³³. El testamento de Manuel confirma además que heredó otra casa en la calle de San Antonio, junto con las casas del anexo de San Luis³⁴.

De esta información se sabe que Manuel Fernández no heredó ninguna propiedad en la calle de Puerta Cerrada, que, como explicaré más adelante, fue una zona estratégica para la venta de sus libros. Quien residía allí era Ángela de Apontes, descrita como inquilina en las Casas del Marqués de Cañalejas³⁵. Los documentos de bautismo de sus hijos confirman la residencia en dicha calle, lo que permite suponer que pudo haber sido uno de los lugares donde Fernández instaló su imprenta. En el bautismo de Antonio Vicente Joseph Fernández, el 28 de octubre de 1739, se consigna la residencia “frente a la cruz” de Puerta Cerrada³⁶, y un año más tarde, en el bautismo de Ana Eugenia Antonia Fernández, 16 de noviembre de 1740, el domicilio aparece descrito como “Puerta Zerrada, Casas de Memorias”³⁷. Esta mención sugiere que el domicilio familiar cumplía también funciones comerciales, sirviendo como espacio de producción y venta de libros.

La ubicación de la casa en Puerta Cerrada facilitaba su integración en el circuito económico, cultural y social de la ciudad. La calle estaba flanqueada por la de los Cuchilleros y la de los Tintes: la primera calle albergaba talleres metalúrgicos donde se fabricaban objetos de hierro, probablemente un punto de abastecimiento de tipos móviles, la segunda se dedicaba a la tintura³⁸. En el taller de María Rodríguez de Rivalde, por ejemplo, se registraron 149 arrobas de metal viejo fundido, prueba de la importancia de estos recursos para el trabajo tipográfico³⁹.

³³ *Ibidem*, fol. 64r.

³⁴ *Ibidem*, fol. 62v.

³⁵ Archivo Diocesano de Madrid, *Libro de Matrimonios, op. cit.*, fol. 276 (1732).

³⁶ Archivo Diocesano de Madrid, *Parroquia de San Justo y San Pastor, Partidas de Bautismo*, Antonio Fernández, libro 30, fol. 104 (1739).

³⁷ *Ibidem*, fol. 210 (1740).

³⁸ Juan Francisco González, *Madrid dividido en ocho cuarteles: con otros tantos barrios cada uno, explicación, y láminas de ellos, y sus recintos*, Madrid, Miguel Escribano, 1775, pp. 14-15.

³⁹ Mercedes Agulló y Cobo, *La Imprenta y el Comercio de Libros en Madrid: (Siglos XVI-XVIII)*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2009, p. 79.

Conviene destacar que el inventario tipográfico de Manuel Fernández permite apreciar tanto la variedad de su material como la magnitud de su imprenta. Entre las familias tipográficas registradas se encuentran la letra de misal mediano, la parangona vieja, el texto mediano y el texto viejo, además de la atanasia mediana, la letra gorda vieja, la letra chica (en variantes vieja y mediana) y un tejo foráneo de redondo cursivo acompañado de viñetas⁴⁰. La amplitud de este repertorio evidencia una dependencia notable del suministro de metal, en particular de hierro, indispensable para la fundición de tipos móviles y ornamentos. En este sentido, la ubicación de la imprenta en la calle de Puerta Cerrada parece responder a la disponibilidad de recursos metálicos en la zona.

De la misma forma, el inventario y testamento de Manuel Fernández documenta la participación de diversos agentes indispensables para el funcionamiento cotidiano de la imprenta, entre ellos fabricantes y vendedores de papel, así como mercaderes de libros. Ángela de Apontes, en calidad de viuda y administradora de la imprenta, abonó 800 reales a Don Alonso Gorque, identificado como fabricante de papel. Asimismo, se liquidaron 675 reales a Don Manuel Hugarta por la venta de 54 resmas de papel basto previamente adquiridas y 1,154 reales a Don Francisco Burillo por el suministro del papel consumido en la imprenta. En cuanto al comercio de libros, el testamento consigna el pago de 340 reales a Mathías López Martínez, descrito como mercader de libros, aunque no se detalla la naturaleza de la deuda⁴¹. Estos datos, más allá de su valor contable, permiten reconstruir la red de relaciones materiales y comerciales que sostenían la imprenta⁴².

Sin embargo, la trayectoria editorial de Manuel Fernández no se limitó a un solo espacio físico. Aunque desde 1736 se le asocia consistentemente con la calle de Puerta Cerrada, sus actividades anteriores indican una estrategia de movilidad deliberada entre los principales núcleos comerciales y religiosos de Madrid. Marcelino Gutiérrez del Caño afirma que Fernández mantuvo su imprenta en ese lugar entre 1717 y 1772⁴³. No

40 Archivo Histórico de Protocolos, *Inventario de bienes de Manuel Fernández, impresor, op. cit.*, fols. 27-30.

41 *Ibidem*, fol. 67v-69r.

42 *Ibidem*, fol. 67v-69r.

43 Marcelino Gutiérrez del Caño, *Ensayo de un catálogo de impresores españoles desde la introducción de la imprenta hasta fines del siglo XVIII*, Madrid, Tipografía de Archivos, 1900, p. 83.

obstante, entre 1726 y 1736 también operó desde la calle del Almendro y desde las Gradas de San Felipe. La primera mención explícita a Puerta Cerrada, cuatro años después de su matrimonio con Ángela de Apon tes, aparece en el colofón de la *Chronica de la Santa Provincia de San Joseph* (1736), donde se lee: “en la Imprenta de Manuel Fernández, Mercader de Libros, enfrente de la Cruz de Puerta Cerrada”⁴⁴. En otros colofones del mismo año, como el de *Thesoro Escondido en el Sacratíssimo Corazón de Jesús*, su ubicación es menos precisa y se limitan a señalar “en la Imprenta de Manuel Fernández, donde se hallará”⁴⁵.

Esta ambivalencia no era inusual. Como señala Manuel Morán, era co mún que los impresores se desplazaran con frecuencia, especialmente entre zonas periféricas más asequibles, y que eligieran ubicaciones céntricas cuando imprimían y vendían los libros en el mismo espacio⁴⁶. Aunque no se conocen registros notariales que confirmen traslados formales de Fer nández, sus colofones permiten rastrear múltiples puntos de operación simultáneos. Esta flexibilidad espacial revela una comprensión precisa del valor comercial del territorio madrileño.

La elección de las Gradas de San Felipe como uno de sus primeros emplazamientos refuerza esta lectura. Como ha explicado Gabriel Sánchez Espinosa, este enclave, adosado a la iglesia de San Felipe el Real, articulaba funciones religiosas y mercantiles⁴⁷. Sus lonjas albergaban cova chuelas, pequeños espacios arrendados y puestos móviles dedicados a la venta de libros. En cambio, las librerías cercanas representaban negocios más estables. Cuando los colofones mencionan libros “frente a las Gra-

44 Fray Marcos de Alcalá, *Chronica de la Santa Provincia de San Joseph: vida portentosa del penitente admirable, y contemplativo altísimo San Pedro de Alcántara, fundador de toda la descalcez seráfica; redemptor de la observancia más estrecha de la Regla de nuestro gran Padre San Francisco... Primera parte*, Madrid, Imprenta de Manuel Fernández, 1736.

45 Juan de Loyola, *Tesoro escondido en el Sacratísimo Corazón de Jesús: descubierto a nuestra España en la breve noticia de su dulcísimo culto propagado ya en varias provincias del orbe cristiano*, tercera impresión, corregida y aumentada por el mismo autor, Madrid, Imprenta de Manuel Fernández, 1736.

46 Manuel Morán Ortí, *Editores, libreros e impresores en el umbral del Nuevo Régimen*, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2011, p. 26.

47 Gabriel Sánchez Espinosa, “Los puestos de libros de las gradas de San Felipe de Madrid en el siglo XVIII”, *Goya*, 335 (2011), pp. 142-155.

das de San Felipe el Real”, lo habitual es que se refieran a esas librerías fijas, lo que indica un posicionamiento comercial intencional.

Los datos disponibles evidencian que Fernández no solo imprimía desde Puerta Cerrada, sino que desplegaba una red diversificada de puntos de venta. Su primer impreso analizado para este artículo, *Enchiridion de noticias particulares* (1726), indica que Fernández vendía libros tanto en la calle del Almendro como en las Gradas de San Felipe⁴⁸. En 1730, también se anunciaban sus libros “frente a los pies de la Parroquia de San Pedro”⁴⁹, y hacia 1732, Puerta Cerrada se convirtió en el centro de sus operaciones⁵⁰. A partir de 1736⁵¹ se le vincula con la Portería del Colegio Imperial y en 1739 sus colofones mencionan tres ubicaciones distintas: Puerta Cerrada⁵², Portal de Paños y Tienda de la Cruz⁵³. Durante la década de 1740 amplió su presencia comercial hacia zonas como la Cava Baja⁵⁴ y existen registros de venta en la calle de Salamanca⁵⁵.

Este despliegue territorial expone una estrategia bien calculada de expansión y colaboración. Entre 1730 y 1750 Fernández trabajó con una red diversa de libreros y mercaderes. En 1730 algunos de sus libros se

48 *Gaceta de Madrid*, 37 (1726), p. 152.

49 Marcos de Alcalá, *Vida y virtudes del V. Siervo de Dios Fr. Alonso de Pajares ó Jesus Maria, religioso lego descalzo de la más estrecha observancia de N. P. S. Francisco, de la Santa Provincia de San Joseph de Castilla la Nueva*, Madrid, Imprenta de Manuel Fernández, 1730.

50 De los 97 libros consultados entre 1726 y 1750, 16 están atribuidos a Madrid, varios de ellos bajo la denominación de Oficina o Casa de Manuel Fernández.

51 *Gaceta de Madrid*, 13 (1736), p. 52.

52 Marcos de Alcalá, *S. Pedro de Alcántara defendido contra los opositores de sus glorias: catequesis o instrucción diálogo-histórica en que se reproducen los fundamentos de la descalcez seráfica y las accidentales glorias del penitente San Pedro de Alcántara*, Madrid, Imprenta y Librería de Manuel Fernández, 1739.

53 Marcos de Alcalá, *Oración real panegyrica ... que al Rey de los Reyes y Señor de los Señores tributaron nuestros católicos monarcas, con asistencia de su Real Capilla, en la de San Diego de la ciudad de Alcalá, por la recuperada salud de nuestra serenísima Infanta Doña María Teresa de Borbón, debida al contacto de la mano del portentoso San Diego*, Madrid, Oficina de Manuel Fernández, 1739.

54 Nicasio de Zárate, *Bayles mal defendidos, y Señeri sin razón impugnado por el ... Padre Maestro Feyjoo*, Madrid, Imprenta y Librería de Manuel Fernández, 1742.

55 *Gaceta de Madrid*, 5 (1743), p. 44.

vendían en el “Puesto de la Valenciana”⁵⁶, cerca de las Gradas, y en 1731 colaboró con Francisco Fábregas, quien transformó su puesto en librería al año siguiente⁵⁷. En 1737 aparece vinculado a Juan de Moya⁵⁸, y en 1739 trabaja con la tienda de Don Francisco Angulo y con la librería de Juan de Buitrago. En 1740 colabora con Juan Fernández en la calle de Toledo y en 1741 con la librería de Francisco Rodríguez. Según Mercedes Agulló y Cobo, la calle de Toledo era un eje clave para la industria tipográfica, por lo que mantener presencia allí tenía un evidente valor estratégico⁵⁹.

Sus alianzas continuaron creciendo en los años siguientes. En 1742, colabora simultáneamente con la Librería de Juan de Moya⁶⁰, el puesto de Francisco Fábregas⁶¹ y Don Vicente Quadrods⁶². En 1744 trabaja con Repeti⁶³, Sebastián Araujo⁶⁴ y Juan Gómez⁶⁵; y en 1745 y 1749 repite colaboración con Luis Gutiérrez⁶⁶. Estas relaciones no siempre permiten inferir si se trataba de acuerdos para compartir costes, coordinar distribución o aumentar presencia de mercado, pero sin duda reflejan el carácter interdependiente de la producción editorial en el siglo XVIII.

El análisis de sus ubicaciones entre 1726 y 1750 muestra un patrón coherente de inserción en los ejes religiosos y académicos más importantes de Madrid: calle del Almendro, Gradas de San Felipe, Puerta Cerrada, Portal de Paños y Cava Baja. Según el *Plan Geométrico e Histórico de la Villa de Madrid*, estas calles estaban conectadas con instituciones relevantes como la parroquia de San Andrés, la de San Pedro, el Colegio Imperial, conventos, hospitales y seminarios. Además, su cercanía a plazas como

56 *Ibidem*, 47 (1730), p. 188.

57 *Ibidem*, 52 (1731), p. 208.

58 *Ibidem*, 35 (1737), p. 140.

59 Mercedes Agulló y Cobo, *La imprenta y el comercio de libros en Madrid: (siglos XVI-XVIII)*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 1992, p. 128.

60 *Gaceta de Madrid*, 7 (1742), p. 56.

61 *Ibidem*, 41 (1742), p. 328.

62 Francisco Vidal, *Observacion sobre un vomito periodico*, Madrid, por Manuel Fernández, 1742.

63 *Gaceta de Madrid*, 12 (1744), p. 96.

64 *Ibidem*, 3 (1744), p. 24.

65 *Ibidem*, 13 (1744), p. 104.

66 Francisco Antonio de la Barrera, *Sermón panegírico en acción de gracias por la salud de la Serenísima Infanta Doña María Teresa de Borbón*, Madrid, Imprenta de la Gaceta, 1749; *Gaceta de Madrid*, 48 (1749), p. 384.

la Mayor o la del Sol y a arterias comerciales como las calles de Toledo y Alcalá multiplicaba su visibilidad y acceso al público⁶⁷.

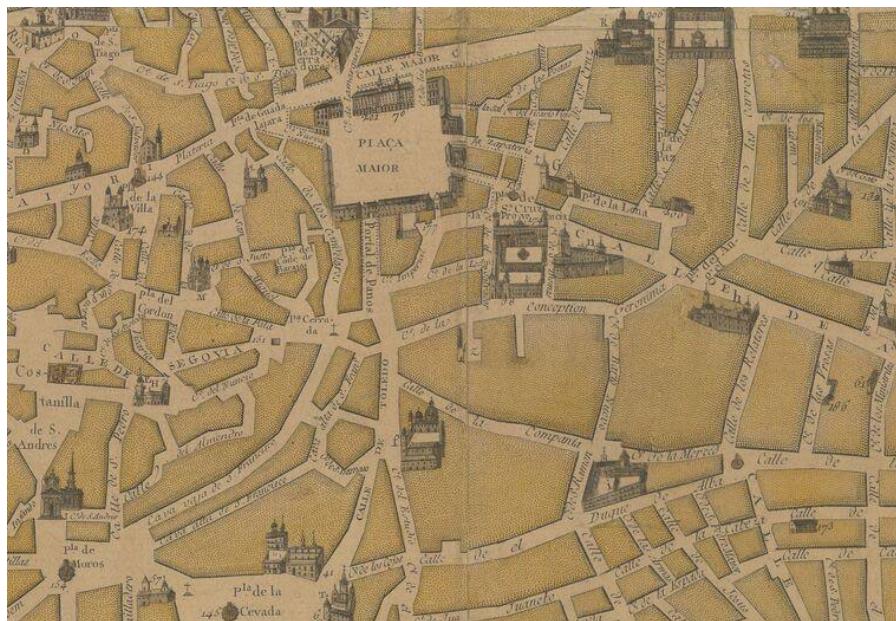


Figura 1. Plan geometrico y historico de la villa de Madrid y sus contomas. Plan géométrique et historique de la ville de Madrid et de ses environs / gravé par N. Chalmandrier.

En este sentido, las calles donde operó Fernández no eran simples espacios de tránsito, sino zonas altamente simbólicas y funcionales. La calle del Almendro estaba flanqueada por dos parroquias de gran arraigo devocional: San Andrés y San Pedro. La calle de Cava Baja, próxima a la iglesia de Nuestra Señora de Gracia y al hospital de La Latina, estaba vinculada también con el Colegio Imperial. Más al norte, Puerta Cerrada ofrecía proximidad a los Trinitarios Descalzos, la Aduana y los Capuchinos de la Paciencia. El Portal de Paños compartía esta densidad institucional⁶⁸. Finalmente, las Gradas de San Felipe estaban situadas junto al

67 Nicolas Chalmandrier, *Plan géométrique et historique de la ville de Madrid et de ses environs*, París, chez le sr. Julien, 1761.

68 Jacques Lafaye señala que algunos libreros, diferentes de los libreros-impresores, vendían textiles en las propias casas de impresión como forma de complementar sus ingresos. Esta práctica, según el autor, fue común entre comunidades judías en los

Correo Mayor, San Luis y la Puerta del Sol, y próximas a espacios como las Comendadoras de Santiago, el retiro jesuita escocés y el Hospital del Buen Suceso. Su conexión con calles como la Mayor y Alcalá, que conducían al Palacio Real, reforzaba su valor estratégico.

La amplitud territorial y la red de alianzas que caracterizaron la trayectoria de Manuel Fernández no pueden separarse de su identidad profesional múltiple como mercader, librero e impresor. Estas funciones, aunque diferenciadas en el mundo del libro del siglo XVIII, solían entrelazarse en la práctica cotidiana del oficio editorial. Participar en ese entorno implicaba no solo dominio técnico, sino también capital económico y, sobre todo, una red eficaz de colaboraciones. Poner en marcha una imprenta requería una inversión inicial considerable, lo que empujaba a muchos impresores a asociarse con libreros, banqueros o comerciantes que pudieran financiar la producción. Algunos diversificaban sus actividades mediante el comercio de telas o libros usados; otros dependían del respaldo de autores o de librerías consolidadas⁶⁹. Dentro de este sistema, el mercader de libros podía ser desde un simple revendedor hasta un auténtico inversor; el librero, más allá del tendero, funcionaba como distribuidor, encuadernador o editor⁷⁰; el impresor, por su parte, asumía la responsabilidad técnica y contractual de la impresión, comprometiéndose a cumplir con la tirada y los plazos estipulados⁷¹. Si incumplía, el autor podía acudir a otro taller y exigir indemnización; si cumplía, obtenía prestigio e incluso bonificaciones⁷².

siglos XVI y XVII. Véase Jacques Lafaye, *Albores de la imprenta: el libro en España y Portugal y sus posesiones de ultramar, siglos XV-XVI*, México, Fondo de Cultura Económica, 2002, pp. 33-37.

⁶⁹ *Ibidem*, p. 29.

⁷⁰ Amparo García Cuadrado, “La Compañía de Mercaderes de Libros de la Corte a Mediados del Siglo XVIII”, *Anales de Documentación*, 4 (2001), pp. 105-106.

⁷¹ Klaus Wagner, *Martin de Montesdoca y su prensa: Contribución al estudio de la imprenta y de la bibliografía sevillanas del siglo XVI*, Sevilla, Universidad de Sevilla, 1982, pp. 31-32.

⁷² Iban Redondo Parés, “Las Marcas de Mercader y las Filigranas de Papel como Origen de las Marcas de Impresor”, en *Doce siglos de materialidad del libro: Estudios sobre manuscritos e impresos entre los siglos VIII y XIX*, eds. Manuel José Pedraza Gracia, Helena Carvajal González y Camino Sánchez Oliveira, Zaragoza, Prensas de la Universidad de Zaragoza, 2017, pp. 221-238 (p. 229).

Esta estructura colaborativa y jerárquica del comercio editorial obligaba a los impresores a destacar para mantenerse competitivos. En este marco, Manuel Fernández emerge como una figura representativa del librero-impresor moderno del siglo XVIII. Sus colofones reflejan una progresión que va del “mercader de libros” al “impresor”, hasta alcanzar títulos institucionales de alto rango, como el de Impresor del Supremo Consejo de la Inquisición e Impresor de la Reverenda Cámara Apostólica. Estos títulos, estampados en las obras que imprimió, dan testimonio de una trayectoria ascendente y de un reconocimiento público que afianzaba su posición en el mundo editorial.

Aunque carecemos de estudios que analicen en profundidad cómo construyó esta identidad o cómo recibió dichos títulos, los datos presentados apuntan a una estrategia coherente de posicionamiento en el mercado. Entre los siglos XVII y XVIII, algunas familias como los Orga⁷³ o los Sancha⁷⁴ lograron consolidar una imagen editorial propia y fácilmente reconocible. En el caso de Manuel Fernández, si bien no llegó a construir una dinastía equivalente, o desconocemos su línea genealógica, la elección de sitios de venta y la red de colaboraciones responden a una lógica similar: hacerse visible y competitivo en un mercado saturado y en constante transformación. En este entramado de lugares, alianzas y oficios se forja la visibilidad de Fernández; a continuación, analizo cómo esa visibilidad se materializa en su lenguaje tipográfico.

3. ORNAMENTO E IDENTIDAD: LA FIRMA ESTÉTICA DE MANUEL FERNÁNDEZ

Tras presentar a su familia y analizar su trayectoria profesional, resulta evidente que Manuel Fernández no solo actuó como impresor y librero, sino que también construyó una identidad editorial propia a través de un

73 Nicolás Bas Martín, *Los Orga: Una dinastía de impresores en la Valencia del siglo XVII*, Madrid, Arco/Libros, 2005.

74 Gabriel Sánchez Espinosa, “La Imprenta de Manuel de Sancha (1781-1784), ¿el hijo discolo de Antonio de Sancha?”, en *El mundo del libro y la cultura editorial en la España del siglo XVIII*, eds. Gabriel Sánchez Espinosa y Rodrigo Olay Valdés, Piedras Angulares, 2022, pp. 69-97.

lenguaje visual y tipográfico distintivo. Esta “marca editorial”, reconocible en sus colofones, ornamentos y elementos paratextuales, articulaba un estilo coherente y reforzaba su presencia como figura identificable en la industria del libro madrileña.

Conviene señalar que una de las herramientas más eficaces para consolidar dicha identidad era el uso de caracteres y tipos. No obstante, en la España del siglo XVIII la producción local de tipos era escasa⁷⁵. Muchos impresores dependían de fundiciones extranjeras o de los pocos fundidores nacionales, como Eudaldo Paradell, pionero en este oficio en el ámbito hispánico⁷⁶. Aunque no se han hallado registros que vinculen a Fernández o a Ángela de Apontes con muestras tipográficas específicas, es probable que, como otros impresores, recurrieran a estos canales para personalizar sus impresos.

A pesar de las limitaciones técnicas, Fernández logró desarrollar un estilo visual reconocible mediante el uso creativo de tipos, letras capitulares y viñetas. Como recordaba Jean-Baptiste Gillet en *L'Imprimerie* (1765), el arte de imprimir combinaba precisión técnica e inventiva estética: “Para embellecer su Arte, sus dedos industrioso / Saben acompañarlo de ornamentos graciosos...”⁷⁷. La disposición final de estos ornamentos recaía en el cajista, encargado de ensamblar los bloques metálicos. Tal como ha demostrado Hazel Wilkinson, este diseño ornamental deriva de las tradiciones del manuscrito iluminado medieval, que convirtieron al libro impreso en objeto visual además de textual⁷⁸. De hecho, algunos bibliógrafos han identificado talleres específicos a partir de estos patrones decorativos.

75 Albert Corbeto López, “La colección de punzones y matrices del obrador de fundición de la Imprenta Real en dos inventarios decimonónicos”, *Ogigia. Revista Electrónica de Estudios Hispánicos*, xxviii (2020), pp. 47-94 (p. 49).

76 *Gaceta de Madrid*, 37 (1764), p. 312.

77 Gillet, *op. cit.*, p. 14. “Pour embellir son Art, ses doigts industrious / Savent l'accompagner d'Ornemens gracieux...”

78 Hazel Wilkinson, “Printers’ Ornaments and Flowers”, en *Book Parts*, eds. Dennis Duncan y Adam Smyth, Oxford, Oxford University Press, 2019, pp. 111-122.

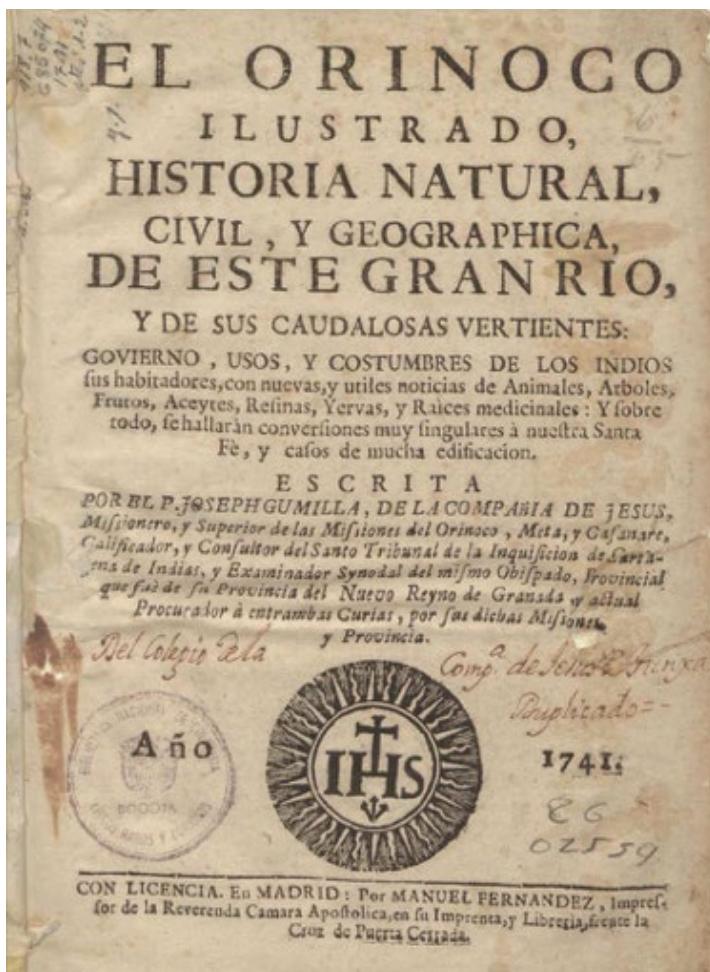


Figura 2. *El Orinoco Ilustrado* (1741)

En *El Orinoco Ilustrado* (1741), estos recursos son particularmente evidentes. Aunque la obra no incluye un frontispicio en un sentido anglofóno⁷⁹, cumple con las expectativas visuales de su tiempo y presenta el emblema de la Compañía de Jesús, reforzando tanto el capital simbólico del autor como el estatus de Fernández como Impresor de la Reverenda Cámara

79 Luisa Calè, “Frontispieces”, en *Book Parts*, eds. Dennis Duncan y Adam Smyth, Oxford, Oxford University Press, 2019, pp. 25-38.

Apostólica⁸⁰. El uso de motivos florales, bloques simétricos, querubines y composiciones de tipo *rocaille* lo alinean con los gustos decorativos del reinado de Fernando VI⁸¹. Aunque no alcanza la exuberancia de las ediciones de lujo, sugiere un esfuerzo consciente por satisfacer a una audiencia culta y devota⁸².



Figura 3. Motivos florales en *El Orinoco Ilustrado* (1741)

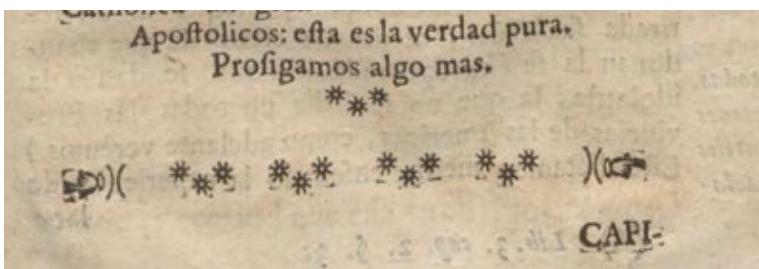


Figura 4. Triángulo de tres tipos con paréntesis y manícuas

Fernández también recurrió a composiciones ornamentales elaboradas, como una figura formada por cinco tipos dispuestos en forma de estrella, enmarcados por paréntesis y manículas orientadas hacia afuera (Figura 4). Este diseño aparece en *El Orinoco Ilustrado* y guarda similitud con uno empleado en *Thesoro Escondido* (1736), aunque en este último el

80 Mónica Morato Jiménez, *La portada en el libro impreso español: tipología y evolución (1472-1558)*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2014.

81 López Serrano, *op. cit.*, pp. 1-13.

82 Para mayor información sobre este estilo, véanse “Ferronnieries”, *Bibliothèque numérique de l’INHA*, <https://bibliotheque-numerique.inha.fr/collection/item/22016-ferronnieries?offset=> (consultado el 01/04/2025); “Les Vertus”, *Bibliothèque numérique de l’INHA*, <https://bibliotheque-numerique.inha.fr/collection/item/49951-les-vertus?offset=> (consultado el 01/04/2025).

centro está ocupado por una cruz⁸³.

Asimismo, Fernández incorporó querubines como elementos de clausura. En *El Orinoco Ilustrado*, uno aparece al final del capítulo xx, repliando un diseño empleado en *Passion de Christo* (1726)⁸⁴. Estas figuras con alas abiertas y guirnaldas brindan un cierre solemne, celebratorio. Si el autor no solicitaba un ornamento específico, es posible que Fernández utilizara variantes tipográficas para mantener una jerarquía visualmente clara⁸⁵. Este estilo se repite en otras obras suyas como *Año Teresiano* (1735)⁸⁶, *Oración panegyrica* (1739)⁸⁷ y *Historia de la provincia de la Compañía de Jesús* (1741)⁸⁸, lo que sugiere una estética coherente y cultivada a lo largo del tiempo. Tal coherencia apunta a una marca visual tan reconocible como la de los Sancha.



Figura 5. Querubines en *El Orinoco Ilustrado* (1741)

-
- 83 Juan de Loyola, *Thesoro escondido en el Corazón de Jesús, descubierto a nuestra España en la breve noticia de su culto*, Madrid, Imprenta de Manuel Fernández, 1736, p. 129.
- 84 Juana de la Encarnación, *Passion de Christo comunicada à la Madre Juana de la Encarnación*, Madrid, Imprenta de Manuel Fernández, 1726, p. 279.
- 85 Fertel, *op. cit.*, p.115.
- 86 Antonio de San Joachín, *Año teresiano diario histórico en que se describen las virtudes de Santa Teresa de Jesús*, Madrid, M. Fernández, 1735.
- 87 Pedro Manuel Dávila y Cárdenas, *Oración panegyrica del pasmo de la penitencia el glorioso San Pedro de Alcántara...*, Madrid, Imprenta y Librería de Manuel Fernández, 1739.
- 88 José Cassani, *Historia de la provincia de la Compañía de Jesús del Nuevo Reyno de Granada en la América...*, Madrid, Imprenta y Librería de Manuel Fernández, 1741, p. 502.

Entre los recursos más singulares de Fernández se encuentra el uso de la virgulilla. En *Passion de Christo* (1726)⁸⁹, esta aparece doble, en la parte superior e inferior del marco floral.

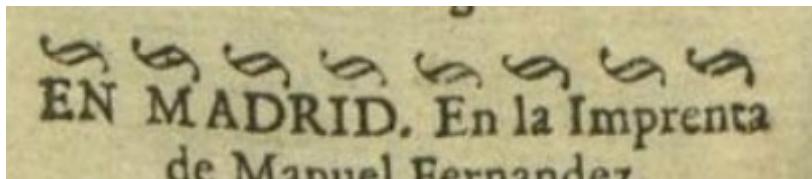


Figura 6. Colofón de *El Orinoco Ilustrado* (1741)

En *El Piscator* (1731)⁹⁰, la emplea para separar la fórmula “con licencias necesarias” del resto del texto. La virgulilla aparece frecuentemente en sus obras: a veces entre paréntesis, en disposición vertical en forma de “S”, o como separador visual. En *El Orinoco Ilustrado* (1741⁹¹ y 1745⁹²) vuelve a emplearse en disposición vertical, recurso que ya había aparecido en *Descripción tripartita médica-astronómica* (1737)⁹³ y *Mercurio Histórico y Político* (1738)⁹⁴.

Otros recursos refuerzan su estética tipográfica: letras capitulares decoradas y fórmulas piadosas. Las capitulares funcionan como señales visuales de entrada a secciones importantes, adaptadas al tono de cada obra. Por su parte, las fórmulas como *Ad Majorem Dei Gloriam, & P.V. & M. Mariae, Laus Deo*⁹⁵, y O.S.C.S.R.E. (*Omnia sub correctione Sanctæ Romanæ Ecclesiæ*)⁹⁶ aparecen con frecuencia en sus ediciones, subrayan-

89 Juana de la Encarnación, *op. cit.*, p. 279.

90 Juan de Fuentes Dones, *El Piscator de la Mancha, y Sarrabal de Cuenca: diario médico, quirúrgico, astronómico... para este año de 1731*, Madrid, Casa de Manuel Fernández, 1731, 56 pp.

91 José Gumilla, *El Orinoco Ilustrado*, Madrid, Imprenta y Librería de Manuel Fernández, 1741, p. 429.

92 José Gumilla, *El Orinoco Ilustrado, y defendido*, Madrid, Imprenta y Librería de Manuel Fernández, 1745, p. 155.

93 José de Aranda y Marzo, *Descripción tripartita médica-astronómica...*, Madrid, Imprenta y Librería de Manuel Fernández, 1737.

94 *Mercurio histórico y político*, Madrid, Imprenta de [...], 1 (enero 1738), pp. s.p.

95 Juana de la Encarnación, *op. cit.*, p. 423.

96 Marcos de Alcalá, *Chronica de la Santa Provincia de San Joseph: vida portentosa*

do el vínculo con instituciones eclesiásticas y reforzando la legitimidad doctrinal del impreso. Martín de Montesdoca, por ejemplo, hizo un uso semejante⁹⁷.

Aunque podrían estudiarse otros signos propios de su imprenta, la regularidad de la virgullilla, la repetición de ornamentos florales, la presencia de querubines y las fórmulas piadosas constituyen una estética sólida y autorreferencial. Estas decisiones no solo respondían a exigencias institucionales, sino que revelan la voluntad de Fernández de consolidar una identidad visual dentro de un mercado competitivo. En un contexto en que muchos impresores permanecían anónimos, él apostó por dejar huella. Sus ornamentos, más allá de la función decorativa, actúan como gestos de autoría. A través de esta estética, Fernández negoció su lugar en el *paladar imperial*, ese entramado de expectativas estéticas, religiosas y políticas que definía el mundo del libro en la España del siglo XVIII.

4. CONCLUSIÓN

El estudio de Manuel Fernández permite vislumbrar la imprenta madrileña del siglo XVIII como un espacio donde confluyan estrategias económicas, redes familiares y exigencias institucionales. La documentación notarial y el inventario de su testamento revelan una empresa sostenida por proveedores de papel, mercaderes de libros y libreros que garantizaban el flujo de materiales y la circulación de los impresos. La participación de Ángela de Apontes en la administración del taller después de la muerte de su esposo demuestra la continuidad del negocio y su carácter colectivo. Esta dimensión económica y social muestra que la producción del libro dependía de alianzas que aseguraban su viabilidad en un mercado altamente competitivo.

A partir de esta base material, es posible situar a Fernández en el entramado de lo que aquí se ha llamado *paladar imperial*, un conjunto de

del penitente admirable, y contemplativo altísimo San Pedro de Alcántara, fundador de toda la descalcez seráfica; redemptor de la observancia más estrecha de la Regla de nuestro gran Padre San Francisco... Primera parte, Madrid, Imprenta de Manuel Fernández, 1736, p. 534.

⁹⁷ Klaus Wagner, *op. cit.*, pp. 71-78.

expectativas estéticas, religiosas y políticas que regulaban la producción y el consumo del libro. Sus títulos institucionales, como el de Impresor del Supremo Consejo de la Inquisición, confirman su inserción en un sistema que veía en la imprenta un instrumento de orden y de control cultural. En este marco, Fernández actuó como mediador entre el poder político, la Iglesia y los lectores, asegurando que los textos respondieran tanto a las necesidades de las instituciones como a las demandas del público.

La última pieza de esta trayectoria es su firma estética, visible en el uso recurrente de capitulares, florones, querubines y virgulillas que otorgan a sus libros una identidad visual coherente. Estas elecciones no fueron solamente decorativas, sino estrategias para conferir jerarquía, solemnidad y atractivo a los textos. Al repetir patrones ornamentales y fórmulas piadosas, Fernández consolidó una imagen editorial reconocible que convertía cada obra en un objeto de prestigio. La coherencia de esta estética, desarrollada a lo largo de décadas, asegura que su nombre pueda ser identificado en la materialidad misma del libro, aun cuando el colofón guarde silencio.