

ALDO, I SUOI LETTORI
E IL MERCATO INTERNAZIONALE DEL LIBRO

Shanti Grabeli

The symbol of the dolphin... immediately set Aldus's publications apart from those of his predecessors or competitors: ... it hinted that the purchaser of such a book might, however distantly, aspire to membership of that world.

M. Lowry, *The Manutius Publicity Campaign*.

1. *Aspettando Aldo*¹

L'avvento della stampa a caratteri mobili nell'Europa del Quattrocento non fu ispirato da un rivoluzionario desiderio di innovazione. Johann Gutenberg, così come coloro che seguirono il suo esempio nei primi decenni della stampa, cercò di creare un surrogato del libro manoscritto, ma ad un costo inferiore ed in tempi più rapidi. L'esame della produzione tipografica del Quattrocento presenta dunque una serie di problematiche derivate dal tentativo di assimilare il libro stampato al libro manoscritto. Molti esemplari oggi conservati presentano decorazioni personalizzate, iniziali miniate e ricche illustrazioni. Ma per molti lettori, un simile oggetto di consumo faticava a competere con il libro manoscritto. Le edizioni a stampa erano, certo, personalizzabili; tuttavia un testo stampato in centinaia di copie identiche doveva necessariamente risultare meno appetibile al lettore abituato a commissionare un prodotto ad-hoc. Al contempo, la maggior parte dei libri a stampa non si poteva definire 'economica'; dunque a quale pubblico erano destinati questi volumi, se lettori meno abbienti non erano in grado di acquistarli, e i più facoltosi preferivano il tradizionale libro manoscritto?

Molti fallimenti dei proto-tipografi furono indubbiamente dovuti alla mancata comprensione che il libro a stampa era un prodotto a sé stante,

¹ Il lettore perdonerà un riferimento poco cattedratico all'hashtag #AspettandoAldo che ha accompagnato le celebrazioni aldine del 2015. Lo svolgimento di varie attività passate si può ancora seguire lanciando questa ricerca in Twitter.

ed in quanto tale doveva poter vantare caratteristiche proprie ed uniche. Il mercato fu presto saturato da troppe edizioni degli stessi testi, come sappiamo dalla richiesta di beneficio rivolta da Sweynheim e Pannartz a papa Sisto IV; dalla produzione di esemplari di lusso che mimavano la forma del manoscritto, senza tuttavia poter replicare ciò che rendeva il manoscritto speciale; e dalla mancanza di una rete di distribuzione adeguata². Se i laboratori per la produzione del libro manoscritto operavano di norma conoscendo l'identità del proprio cliente, il quale commissionava un lavoro specifico, garantendo il pagamento finale, il prodotto tipografico era invece creato per un acquirente anonimo. Ma non solo: i costi della stampa, dall'allestimento di torchio e bottega all'acquisto dei caratteri, dal lavoro preliminare sul testo alla sua composizione, e naturalmente il costo della carta, andavano ammortizzati. In altre parole, per non andare in perdita, un tipografo doveva produrre ciascuna edizione in un numero minimo di copie; una stima autorevole – quella di Graham Pollard e Albert Ehrman – pone questo numero minimo di copie a 339 e di solito le tirature erano ben più alte³. Persino nei grandi centri poteva risultare difficile smerciare un tale numero di volumi in tempi brevi; la domanda locale era molto spesso superata dalla tiratura di un'edizione a stampa.

La risposta era, dunque, la circolazione del prodotto librario al di fuori della località. Come si potevano conoscere le necessità di un pubblico ignoto, e ben più vasto quantitativamente? Come si poteva comunicare un messaggio commerciale all'interesse del proprio pubblico, inclusi coloro che non abitavano nelle vicinanze e che magari non erano ancora a conoscenza del prodotto? Una risposta a queste problematiche fu quella di Aldo Manuzio, che diede vita ad un vero e proprio marchio commerciale, un *brand*, non dissimile da come lo intendiamo ancora oggi quando pensiamo a compagnie internazionali di spicco, come Chanel, Häagen-Dazs o Apple. Rivisitando questa prospettiva su Aldo, il presente contributo esplora la creazione di un marchio commerciale come canale privilegiato per *comunicare* con i lettori, vicini e lontani, noti e anonimi.

² Questo non significa che il libro manoscritto non avesse, a sua volta, la capacità di servire un pubblico anche molto lontano; la bottega di Vespasiano da Bisticci a Firenze, per esempio, vantava clienti anche molto lontani, come nel caso del monarca ungherese Mattia Corvino.

³ Graham Pollard - Albert Ehrman, *The Distribution of Books by Catalogue from the Invention of Printing to A.D. 1800*, Londra 1965. Naturalmente stime di questo tipo vanno prese con cautela; ma offrono nondimeno lo spazio per utili considerazioni sulla materialità della stampa rinascimentale.

2. La bottega aldina e il marketing

Sulla scorta dei primi grandi lavori filologici di Valla e di Poggio, nel pieno delle ricerche sull'antichità classica, Aldo Manuzio si propose di ricercare, collazionare e pubblicare per la prima volta i testi classici greci. Tale impresa doveva naturalmente risvegliare l'interesse degli eruditi contemporanei per la sua audacia e integrità intellettuale; il problema dell'affidabilità testuale delle edizioni a stampa aveva tormentato la comunità umanista dal principio della tipografia occidentale. Al contempo, la necessità di un solido appoggio finanziario era indispensabile. Ci vollero parecchi anni di ricerca e sperimentazione per raggiungere un risultato soddisfacente con il carattere greco e per allestire dei testi corretti. Inoltre, avendo osservato gli sviluppi della proto-tipografia nella penisola italiana, Aldo doveva essere consapevole della concreta possibilità che un ritorno economico potesse essere anche molto lento. L'associazione con due partner commerciali, Andrea Torresano e Pierfrancesco Barbarigo, offrì da un lato il capitale necessario ad un'impresa di tale portata, e dall'altro – attraverso Torresano – una competenza ben radicata nel mondo dell'editoria veneziana⁴.

L'impresa aldina fece affidamento per il proprio successo sulla suggestività dell'idea; la solidità del capitale; e la collaborazione della comunità intellettuale. La pubblicazione di *editiones principes* dei classici greci dall'avvento della stampa fino al 1515, anno della morte di Aldo, vide la sua prominenza incontestata. Non solo alcune di queste edizioni erano le uniche disponibili sul mercato, ma si trattava di splendidi esemplari. La carta, l'impaginazione, la cura nei dettagli raccomandavano le edizioni greche non solo a coloro che desideravano utilizzare i testi, ma anche per quelli che guardavano al libro quale oggetto di lusso e prestigio. In primo luogo, vi era dunque una questione di disponibilità; chi volesse acquistare testi greci a stampa era sostanzialmente costretto a ricorrere al catalogo aldino. Ma in aggiunta, il programma editoriale manuziano di per sé era soffuso dell'aura di status symbol.

La seconda idea di grande successo fu la creazione di libri in serie, ciò che Aldo fece da un lato con i testi greci, ideati come un gruppo uniforme, ma soprattutto con i suoi libri tascabili, gli enchiridia. Ora non è inusuale sentir dire che Aldo fu colui che inventò il formato tascabile,

⁴ Martin Lowry, *The World of Aldus Manutius. Business and Scholarship in Renaissance Venice*, Oxford 1979, pp. 72-108.

ma si tratta di un'affermazione ben discutibile⁵. Oltre tremila incunabuli in ottavo sono documentati dai dati ISTC – cioè all'incirca un decimo dell'intera produzione a stampa del Quattrocento – e vi sono persino alcune centinaia di edizioni in sedicesimo. Al contempo, tuttavia, le edizioni aldine dimostrarono il pieno potenziale dei volumi di formato ridotto. La formula testuale adottata in questi libri li rendeva oggetti di consumo particolarmente malleabili; i margini ampi e generosi intorno al testo, privo di commento a stampa, li rendevano eccellenti strumenti di studio e riflessione per coloro che volessero annotarne le pagine, ma anche semplici veicoli per la lettura privata, indisturbata da altre interferenze testuali. La loro bellezza estetica non li avrebbe fatti sfigurare nel più distinto studiolo rinascimentale. In termini strettamente commerciali, la creazione dei volumi in serie fu un'idea particolarmente proficua, da un lato per la loro versatilità, dall'altro perché a loro modo crearono un nuovo tipo di consumatore. Un volume isolato, per quanto significativo, resta un prodotto che inizia e finisce in se stesso. Un testo inserito in una serie, invece, suggerisce che la completezza nel possedere l'oggetto possa solamente essere raggiunta nel momento in cui si possiede la serie intera. La serie sortisce così l'effetto di spingere all'acquisto di beni di consumo – in questo caso, libri – di cui l'acquirente non ha strettamente bisogno.

Che la pubblicazione seriale fosse intesa come un concetto commerciale appare ovvio anche dalla composizione materiale e dalla struttura testuale dei cataloghi a stampa della bottega aldina. Il primo, uscito nel 1498, è un manifesto stampato su un solo lato e a piena pagina, recante l'intestazione: 'LIBRI GRAECI IMPRESSI'. Segue la spiegazione che si tratta dei volumi stampati in caratteri greci da Aldo a Venezia, e la lista dei titoli. Insomma un testo funzionale, in un formato che dava forse poca riflessione all'utilizzo del catalogo da parte dei suoi consumatori. Le due copie del catalogo attualmente note ne confermano lo status sperimentale, entrambe contenenti una correzione manuale post-stampa⁶. Aldo dichiara esplicitamente che una delle ragioni per produrre questo cata-

⁵ Si veda Neil Harris, *Aldus and the Making of the Myth (or What Did Aldus Really Do?)*, in *Aldo Manuzio e la costruzione del mito*, a cura di Mario Infelise, Venezia 2016, e la verifica di ventotto primati attribuiti ad Aldo, tra cui l'utilizzo del formato in ottavo.

⁶ ISTC im00226700. La prima copia è conservata a Parigi, Biblioteca Nazionale di Francia, Ms Grec 3064, già descritto da Renouard e da Martin Lowry, alla c. 84. La seconda si trova alla Biblioteca Nazionale Austriaca a Vienna, Ink 7.A.13. In entrambe, il prezzo dell'ultimo titolo è stato rettificato da uno a due marcelli. Ma la correzione è manoscritta nella copia austriaca, mentre nella copia parigina il testo è stato eraso e restituito con l'utilizzo di caratteri tipografici tenuti in mano.

logo sono le reiterate richieste dei suoi lettori di ottenere liste delle sue pubblicazioni; ma lui, uomo *occupatissimus*, non ha tempo di rispondere personalmente a ciascuno. Il leitmotiv di Aldo chino sui libri ed oberato dalle troppe cose da fare resta a lungo una caratteristica della narrativa dei cataloghi di bottega; le liste stampate dagli eredi continuarono per anni a lamentare le *summas occupationes nostras*, dopo che Aldo aveva lasciato già da lungo tempo ogni preoccupazione mondana.

Il marketing dell'atelier aldino conobbe una rapida evoluzione durante il ventennio di attività di Aldo il Vecchio. Già con il secondo catalogo, uscito nel 1503, troviamo che la pubblicità delle edizioni aldine aveva assunto un tono più maturo. Le categorie pubblicizzate erano aumentate nei cinque anni trascorsi: ai libri greci si affiancano i libri latini ed i 'Libelli portatiles in formam enchiridii'. Il catalogo è stampato su ambo i lati di un foglio tagliato a metà, con il testo disposto su due colonne. L'unico esemplare attualmente noto si trova a Parigi⁷. Ora sebbene il catalogo sia qui dispiegato e legato insieme agli altri stampati come se fosse un manifesto, la disposizione del testo indica invece la necessità di un'altra piegatura; si tratta infatti di un quarto oblungo. Il lettore/cliente riceveva così l'intero catalogo della produzione aldina, ordinato per categorie, oblungo e compatto. Allo stesso tempo la lista poteva essere più facilmente utilizzata dai librai, al cui beneficio si era forse pensato nel creare un catalogo in formato agenda, tipico del mestiere. A differenza del primo catalogo, qui non troviamo i prezzi, che sono tuttavia aggiunti a mano nella copia parigina – secondo Antoine-Augustin Renouard, dallo stesso Aldo. Se la mano non si può identificare con certezza, con ogni probabilità l'annotatore si può comunque circoscrivere alla bottega aldina, poiché sappiamo che i cataloghi furono inviati alla biblioteca reale di Francia dallo stesso Gian Francesco Torresano.

L'ultimo catalogo conservatoci dal periodo di attività di Aldo il Vecchio, apparso nel novembre del 1513, rappresenta un'ulteriore evoluzione rispetto ai primi due. Stampato nel celebre corsivo inciso da Francesco Griffo, a differenza dai due esempi precedenti il testo non è compresso, perché lo sforzo di limitarlo ad un solo foglio è venuto meno⁸. I testi disponibili in magazzino sono divisi tra libri greci, latini e *libelli forma*

⁷ Parigi, Biblioteca Nazionale di Francia, Ms Gréc 3064, c. 89.

⁸ Edit16 CNCE 61629. Il catalogo è attualmente documentato in due copie: la prima, alle cc. 76-78 del Ms Gréc 3064 alla BnF; la seconda alla Biblioteca Civica Vincenzo Joppi di Udine, legata insieme alla prima edizione aldina della *Cornucopia* di Niccolò Perotti. Si veda il saggio di Neil Harris in questo volume.

enchiridij, e descritti nel corso di cinque pagine. La struttura testuale fu cristallizzata da quel momento in poi, con questo terzo catalogo utilizzato a lungo come modello dagli eredi di Aldo⁹. La differenza con altre liste contemporanee è sia materiale che concettuale. Si prendano in considerazione, ad esempio, le liste delle impressioni di Albrecht Kunne o di Erhard Ratdolt¹⁰. Esse sono organizzate per categorie testuali; la loro principale funzione era dunque di facilitare il reperimento di testi appartenenti ad un particolare genere letterario. Un confronto con gli esempi aldini indica invece una consapevolezza, da parte di Aldo, che i lettori potevano avere ragioni assai diverse nell'acquistare i suoi volumi. La struttura dei cataloghi di bottega suggerisce che questi profili di lettore potessero sostanzialmente ricondursi alle differenze linguistiche e di formato. Non si tratta di un fatto scontato. Una tale riflessione implica che il contenuto testuale non fosse necessariamente la ragione primaria per cui un lettore contemporaneo era interessato alle edizioni aldine. Se usciamo dall'astratto e prendiamo in considerazione alcuni esempi di lettori in carne ed ossa, troviamo che quest'idea è confermata da reali abitudini di acquisto; si pensi ai casi di Isabella d'Este e di Madonna Felice della Rovere, discussi più avanti, entrambe interessate alle edizioni in ottavo volgare e latine; o all'umanista Willibald Pirckheimer, cliente tedesco di Aldo che acquistò l'interezza della sua produzione in greco¹¹.

Vi è anche un'importante differenza materiale tra i cataloghi aldini e le altre liste librerie contemporanee. Se consideriamo di nuovo le liste di Kunne e Ratdolt, entrambe grandi manifesti stampati su un solo lato del foglio, è chiaro che si tratta di liste per l'utilizzo in bottega. Ciò non significa che non potessero essere inviate anche alla clientela, ma questo

⁹ Nei cataloghi degli eredi di Aldo, gli *enchiridia* sono accorpati ai libri latini – sebbene includano ancora testi in volgare – ma per tutti i volumi appare una designazione del formato bibliografico: *forma folij*, *forma quadrati* e *forma enchiridij*. La biblioteca universitaria di Yale possiede un catalogo aldino manoscritto (Beinecke MS 59), datato da H. George Fletcher intorno al 1534, forse basato su un'edizione ora perduta. Si veda H. George Fletcher, *A manuscript Aldine catalogue from the mid-sixteenth century*, «Gutenberg Jahrbuch», 86 (2011), pp. 131-174.

¹⁰ Per Albrecht Kunne si veda GW 5678; ISTC ik00044500. Per Erhard Ratdolt si veda GW 5677; ISTC ir00029800. La Bayerische Staatsbibliothek di Monaco ha digitalizzato una copia di ciascuna edizione; ma si tratta di un frammento nel caso della lista di Kunne. Ringrazio il Dr Falk Eisermann per avermi dato accesso ad una riproduzione della copia della Staatsbibliothek zu Berlin, che conserva il testo nella sua interezza.

¹¹ Andras Németh, *Willibald Pirckheimer and his Greek codices from Buda*, «Gutenberg Jahrbuch», 86 (2011), pp. 175–198.

era in ogni caso un utilizzo secondario, non basato su una riflessione a priori. L'evoluzione nella materialità e funzionalità del catalogo aldino rappresenta dunque una novità sostanziale, nel suo rivoluzionare l'utilizzo privilegiato della lista bibliografica. La lista in manifesto era pensata per l'esposizione in bottega, per l'utilizzo quotidiano del libraio o la consultazione estemporanea del cliente di passaggio. Fin dal principio, i cataloghi aldini intendono porsi come una comunicazione con il lettore. Il catalogo del 1503, un compromesso tra le esigenze del lettore e quelle del libraio, si presenta come passaggio intermedio tra l'uno e l'altro. Ma nella lista in folio di più pagine troviamo invece uno strumento ben diverso, che sposta la scelta dell'acquisto di un testo dal libraio al lettore, e i tempi della scelta dalla bottega all'ambiente domestico.

Le sue dimensioni più minute e la distribuzione del testo su varie pagine definiscono anche la longevità del catalogo. Conservare una lista su manifesto è scomodo: da un lato, le probabilità di sopravvivenza di un foglio sciolto sono necessariamente basse, dall'altro, la piegatura e legatura in un volume portano necessariamente alla perdita di testo in corrispondenza della cucitura. Per contro, un fascicolo trova la sua naturale destinazione nell'essere rilegato, e poiché da solo risulterebbe una struttura troppo fragile per una cucitura, deve essere rilegato insieme ad altri stampati di misura analoga. E infatti proprio così si conservano vari esemplari dei cataloghi aldini: quelli parigini, rilegati insieme nel dare forma ad una lista di desiderata per la costituzione di una grande biblioteca; quello udinese, conservato insieme al Perotti in folio; la più tarda copia bolognese, legata in fine al primo volume dell'*Aristotele greco*¹².

Aldo era perfettamente consapevole dell'originalità e del potenziale del proprio operato. Le richieste di privilegio – in primo luogo, per tutelare il programma editoriale; ma in seguito anche per il nuovo carattere italico inciso da Francesco Griffo – dimostrano la volontà di proteggere la proprietà intellettuale¹³. L'applicazione di questi privilegi, come rimarcato da Lowry, era un'altra questione. In vita, o in morte di Aldo, i

¹² I primi due casi sono descritti in nota 8; l'esemplare bolognese si trova alla Biblioteca Universitaria, A.V.KK.X.6/1-5. Edit16 CNCE 49455. È stato recentemente descritto nel catalogo della mostra *Nel segno di Aldo. Le edizioni di Aldo Manuzio nella Biblioteca Universitaria di Bologna*, a cura di Loredana Chines, Piero Scapecchi e Paolo Tinti, Bologna 2015, pp. 20-21. Ringrazio la Dottoressa Rita De Tata della Biblioteca Universitaria di Bologna per avermi generosamente aiutata nella mia ricerca di informazioni sul catalogo.

¹³ I privilegi sono trascritti in appendice a H. George Fletcher, *New Aldine Studies. Documentary Essays on the Life and Work of Aldus Manutius*, San Francisco 1988.

privilegi furono ugualmente infranti; e ad ogni modo, implementarli al di fuori del territorio veneziano poneva notevoli difficoltà legali e pratiche. Quando nel 1501 Aldo venne a conoscenza dell'infrazione del privilegio perpetrata a Lione, diede alle stampe un documento, il cosiddetto *Monitum*, nel quale dettagliava come si potessero distinguere le alpine autentiche dalle imitazioni. La marca tipografica dell'ancora e delfino vi figurava con prominenza, così da offrire un modello al lettore che volesse identificare l'autenticità del marchio aziendale. Si tratta di un fatto di enorme importanza, perché dimostra come Aldo e i suoi lettori fossero consapevoli del ruolo giocato dall'insegna editoriale nel successo dell'impresa. E per confermare l'importanza della marca agli occhi dei lettori, basti considerare le numerosissime copie di edizioni alpine oggi conservate con una vera e propria fioritura di firme, *ex libris*, *ex dono*, *probatio calami* e annotazioni nei dintorni dell'insegna.

3. *Aldo Manuzio e gli intellettuali del suo tempo*

Se Aldo fu capace di creare un marchio di successo, questo non era tuttavia dovuto solamente a ragioni strettamente commerciali. L'associazione di Aldo con il milieu intellettuale del suo tempo contribuì costantemente alla sua reputazione e credibilità come umanista. Nel Quattrocento gli umanisti erano stati al servizio di principi e governanti, spingendoli alla creazione di biblioteche illustri. Ora si trovavano al fianco di Aldo, desiderosi di partecipare in questa grandiosa ventura filologica che voleva riportare in luce gli autori della classicità greca. Le relazioni di Aldo con gli intellettuali del suo tempo erano basate su intensi rapporti di mutua collaborazione. Nella casa di Aldo essi trovavano non solo accoglienza intellettuale (attraverso la pubblicazione dei loro stessi testi e commenti), ma anche materiale; si pensi semplicemente all'ospitalità che la sua casa di Venezia offrì ad Erasmo da Rotterdam.

Essere accolti in casa del tipografo significava vivere a contatto non solo con lui, ma con il resto della comunità intellettuale che gli gravitava intorno, ed esperire di prima mano le conversazioni che vi avevano luogo. La descrizione della visita di Ulrich von Hutten a Venezia, un anno dopo la morte di Aldo, richiama questo spirito di condivisione in-

tellettuale e materiale – seppure arricchita di *topoi* letterari¹⁴. L'umanista tedesco racconta ad Erasmo come fu accolto a Venezia per primo da Giovanni Battista Egnazio, che gli offrì in dono una splendida copia di Orazio stampato su pergamena; come poi fu prelevato da Alvise Bragadin, Ermolao Barbaro e Angelo Contarini, che lo portarono in giro per la città presentandolo ai loro amici con tutti gli onori, e lo condussero infine, così come Ulisse alla reggia di Alcino, alla casa di Andrea Torresano. Qui Hutten fu accolto dallo stesso Torresano, poi dal figlio Gian Francesco, e il resto della casa, incluso l'allora bambino Paolo Manuzio. Altri doni furono offerti – sempre nella forma di libri – prima che l'ospite riprendesse il suo viaggio verso casa.

A questa generosa ospitalità corrispondeva un ampio ventaglio di assistenza e servizi resi ad Aldo dai suoi amici e conoscenti. Una rete di umanisti disseminata per tutta Europa tornava indubbiamente utile nella ricerca di testimoni manoscritti da usarsi come base di questa o quella edizione. Sebbene Aldo avesse accesso a collezioni importanti, come quella di Niccolò Leoniceno, che offrì la base per un'edizione di alto profilo quale l'Aristotele greco¹⁵, in altri casi la ricostruzione di un testo corretto risultava difficile. Il reperimento di un buon testimone poteva richiedere anni di preparazione, richiedendo verifiche a distanza così come di persona, e naturalmente la copia di uno o più manoscritti. Un caso di questo tipo è quello del codice francese utilizzato per l'edizione delle lettere di Plinio, segnalato dal Lascaris prima, e poi procurato da Fra Giocondo da Verona ed Alvise Mocenigo¹⁶. L'importanza del poter fare affidamento sulla rete di conoscenze vicine e lontane appare sostanziale, per questioni pratiche legate ai tempi e costi degli spostamenti. La necessità di accedere ai manoscritti dell'area fiorentina rappresenta forse una delle ragioni per i buoni rapporti a lungo mantenuti con i Giunta e con il loro entourage; sappiamo che in varie occasioni questa connessione favorì le ricerche filologiche per l'allestimento dei testi aldini¹⁷. Le correzioni potevano anche arrivare ad uno stadio ben avanzato del processo

¹⁴ Ulrich von Hutten a Erasmo da Rotterdam, Bamberg, 20 Luglio 1517, in *The correspondence of Erasmus: Letters 594-841*, a cura di Peter G. Bietenholz, Toronto 1979, pp. 39-44.

¹⁵ Daniela Mugnai Carrara, *La biblioteca di Niccolò Leoniceno. Tra Aristotele e Galeno: cultura e libri di un medico umanista*, Firenze 1991, pp. 66-67.

¹⁶ Fletcher, *New Aldine Studies*, pp. 112-113.

¹⁷ Piero Scapecchi, *Tra il Giglio e l'Ancora. Uomini, idee e libri nella bottega di Manuzio, in Aldus Manutius and Renaissance Culture. Essays in Memory of Franklin D. Murphy*, a cura di David S. Zeidberg, Firenze 1998, pp. 17-30.

tipografico, dopo la stampa delle prime bozze e persino a vendita iniziata. Si pensi, per esempio, al caso di Johann Spiesshaymer, o Cuspinianus, che nel leggere la prima versione del Valerio Massimo aldino, si accorse dell'assenza di alcuni *exempla* apparsi nell'edizione recentemente stampata a Lipsia da Martin Landsberg¹⁸. Spiesshaymer scrisse ad Aldo: «Mitto tibi quas petisti historias que in primo Valerii desunt» (Ti invio le storie che mi chiedesti, che mancavano nella prima edizione di Valerio)¹⁹. Con grandissima rapidità ed efficienza, il testo fu emendato con le aggiunte suggerite, e rimesso in vendita in una forma rivista.

La comunità umanista forniva anche un supporto meno materiale ma altrettanto importante, nel suo 'validare' il lavoro intellettuale della bottega. Così come oggi si distribuiscono copie di libri in omaggio per ottenere recensioni da parte di lettori 'accreditati', così Aldo faceva circolare edizioni complete, brani di testo o fogli, mano a mano che uscivano dai torchi²⁰. Il caso del Virgilio del 1501, di cui una porzione considerevole era in circolazione presso lettori fidati ben prima della data di pubblicazione, è un chiaro esempio di tale usanza. Nel marzo del 1500, Pietro Ricci scrisse ad Aldo, con alcune correzioni al testo dell'Eneide. Aggiungeva: «Sono invero assai contento e pieno di meraviglia all'aver letto le pagine virgiliane, che hai inviato agli amici fiorentini»²¹. Non solo abbiamo qui la risposta all'invio, da parte di Aldo, di un'edizione in corso di stampa; l'espressione di Ricci segnala chiaramente che le 'pagine' erano destinate per gli occhi di più lettori, appartenenti ad un gruppo selezionato che era investito del potere di esprimere un parere favorevole o contrario alla qualità del testo.

La ragione principale per la pre-circolazione delle edizioni a stampa va identificata nella correzione dei testi, in questo modo non più limitata all'officina ma estesa ai circoli intellettuali intorno ad essa. Come sottolineato da H. George Fletcher, l'edizione di Virgilio fu resa disponibile ai circoli umanisti ben prima della sua effettiva pubblicazione; il che dimostra che Aldo era realmente interessato a sondare le reazioni suscitate dal

¹⁸ Fletcher, *New Aldine Studies*, p. 110.

¹⁹ Pierre de Nolhac, *Les correspondants d'Alde Manuce: matériaux nouveaux d'histoire littéraire*, Roma 1888, pp. 32-35.

²⁰ L'abitudine di circolare fogli sciolti di edizioni in corso di stampa rimase tipica della bottega. Le lettere tra Aldo Manuzio il Giovane e Marc-Antoine Muret offrono varie testimonianze di tale uso. Muret riceveva i fogli, che poi rimandava indietro con commenti e correzioni. Si vedano i testi delle lettere in Jean-Eudes Girot, *Marc-Antoine Muret: Des Isles Fortunées au Rivage Romain*, Ginevra 2012.

²¹ Nolhac, *Les correspondants d'Alde Manuce*, pp. 13-14.

testo, e ad incorporare eventuali correzioni nel testo finale²². In aggiunta, tale usanza sortiva l'effetto di creare un passaparola intorno alle edizioni aldine; esse diventavano così un importante argomento di conversazione tra lettori privilegiati, le cui opinioni non mancavano di influenza. Grazie ai rapporti dell'atelier manuziano con gli intellettuali contemporanei – rapporti che andavano al di là di questa o quella edizione isolata, ma che avevano una funzione validante sulla sua intera produzione – acquistare gli stessi testi che erano stati ricercati, curati e diffusi entro questa cerchia privilegiata produceva un sentimento di appartenenza e legame con questa rete invisibile.

Compiti anche più pragmatici non erano trascurati. Conosciamo vari casi in cui eruditi del circolo aldino si resero disponibili per procurare la vendita di volumi in vece della bottega, o fecero da tramite per l'acquisto di copie da parte di altri lettori. Il caso di Girolamo Aleandro, già collaboratore dell'officina, poi docente di *humanitas* a Parigi, è ben noto ma sempre utile nell'analisi delle pratiche e relazioni dell'atelier²³. Una volta arrivato a Parigi nel 1508, Aleandro si accorse che le edizioni aldine faticavano a vendere nella capitale. Il fattore parigino di Aldo – un tale Ianpietro, o Zanpietro – aveva l'abitudine di applicare un forte rincaro alle copie d'esportazione²⁴. La vendita dei volumi, per i quali pure vi era domanda nei circoli umanisti, non poteva che soffrirne. Aleandro si offriva dunque lui stesso quale intermediario per la vendita di aldine a Parigi, e chiedeva nella sua lettera ad Aldo di inviare almeno dodici *Erotemata* del Lascaris, sei copie del *Lexicon* e sei Luciano di Samosata, sì da farne una cassa da mandare per la via di Lione. La copia del Luciano appartenuta a Pierre Lamy dimostra l'onestà di intenti di Aleandro, nel prezzo manoscritto che vi compare (*64 sous parisis*): il suo margine di vendita doveva essere realmente modesto²⁵.

Un caso simile per quanto riguarda invece i lettori di origine germanica è quello di Enrico Glareano, membro del circolo umanista raccolto intorno al grande tipografo Johann Froben. Nello scrivere ad un amico, Glareano lo informa che i Froben erano in attesa di una grossa spedi-

²² Fletcher, *New Aldine Studies*, p. 82.

²³ Angela Nuovo, *Il commercio librario nell'Italia del Rinascimento*, Milano 2003, p. 49 e nota 5. Vedi anche Nolhac, *Les correspondants d'Alde Manuce*, pp. 213-216.

²⁴ Nolhac, *Les correspondants d'Alde Manuce*, p. 69.

²⁵ Romain Menini - Olivier Pédeflous, 'Les marginales de l'amitié'. Pierre Lamy et Nicolas Bérauld lecteurs de Lucien de Samosate (BNR Rés. Z 247), «Bibliothèque d'Humanisme et Renaissance», LXXIV, I (2012), pp. 35-70:41.

zione di edizioni aldine da Venezia; raccomandava poi il suo destinatario di affrettarsi, perché ci si attendeva una domanda assai elevata²⁶. Per quanto resti una testimonianza straordinaria, il caso di Glareano non è tuttavia unico nell'ambito tedesco. Le comunicazioni personali recanti informazioni e assistenza nella ricerca di edizioni aldine sono varie. In almeno un'occasione, Konrad Fonteius scrisse a Bruno Amerbach con un simile intento, richiedendo un Theodorus Gaza, l'*Etymologicum*, un Luciano di Samosata e il *De temporum supputatione* di Eusebio, tutti per conto del predicatore riformato Ulrich Zwingli²⁷.

La stretta collaborazione con la comunità intellettuale, che rappresentava una risorsa così importante per il funzionamento della bottega aldina, presentava allo stesso tempo alcune difficoltà di principio. Gli umanisti del primo Rinascimento avevano grandemente elogiato Aldo per la sua generosità nel mettere in atto un tale programma culturale con le sue editiones principes degli antichi testi greci. L'altro lato indispensabile al successo della ventura editoriale, quello finanziario, non rientrava nella valutazione del contenuto intellettuale. Le richieste di copie omaggio sembrano inquadrarsi all'interno di queste dinamiche. Ora, senza dubbio doveva esserci un accordo più o meno esplicito entro la cerchia dei Manuzio-Torresano per quanto riguardava la diffusione di copie, o fogli sciolti delle edizioni a stampa per ragioni di *peer-review*, come già si è discusso. Alcune lettere di Scipione Fortiguerra ad Aldo ne sono una chiara dimostrazione. Nell'ottobre del 1504 egli scriveva che «Voi mi promettete di mandarmi al manco dieci delle mie orationi, nec stetisti promissis, non ho potuto usare un poco di liberalità qui a mia amici in ostendendis rebus meis, ne anco vedere il giudizio loro. Io dico di havere fatto una certa orationi, et non la posso mostrare. [...] Sapete quello haviamo pactuito insieme, voi mi aiutate co libri et io collo studio voi». In altre parole: Fortiguerra aveva contribuito l'erudizione, ora attendeva le copie omaggio. Dopo due mesi esatti una seconda lettera fece seguito, in cui lo studioso protestava che «de cinque mie orationi le quali dite mi havete mandate, non le ho havute [...] pregovi mene mandate qualcuna, ma in modo io le habbia, quando bene dovessi pagare qualche cose pella

²⁶ Nuovo, *Il commercio librario*, p. 48 e nota 7.

²⁷ Earle Hilgert, *Johann Froben and the Basel University Scholars, 1513-1523*, «The Library Quarterly», 41, 2 (1971), pp. 155-156. Una bozza della lettera, forse incompleta o una versione precedente a quella citata da Hilgert, si trova a Basilea, Biblioteca Universitaria, G II 29:1:Bl.109, ed è consultabile in linea sul portale <<http://www.e-manuscripta.ch/>>.

portatura. [...] De libri voi mi manderete quelli denari m'avisarete vi rimetta, quelli vi rimettero»²⁸. Appena un mese dopo, la risposta era giunta e con essa i volumi richiesti; e nessun pagamento richiesto, e per gli uni, e per gli altri. Un ringraziamento era d'uopo, e così il Fortiguerra: «Ho ricevute le cinque orationi insieme vostre lettere de di XI del passato... De libri mi volete mandare ve ringratio summamente, ma non vorrei per farvi questo danno, che voi mi haveste a donare lo intero...».

La produzione del libro a stampa nel Rinascimento richiedeva ingenti capitali, non tanto per l'attrezzatura tipografica, quanto per l'acquisto della carta su cui il testo veniva stampato. Si stima che la carta oscillasse tra il 40 e il 60% del costo totale di un'edizione. Ciò non rappresentava un problema per testi di rapido smercio, ed era del tutto ininfluenza per i cosiddetti *jobbing printers*, che stampavano bandi e ordinanze o materiale propagandistico, e ricevevano talvolta tutta la carta necessaria per l'edizione commissionata, riducendo notevolmente la necessità di un iniziale investimento. Ma per coloro che immettevano fondi propri nella produzione di un'edizione a stampa, le copie di vendita lenta rappresentavano un vero e proprio congelamento del capitale. I classici greci in folio stampati da Aldo appartenevano a questo ultimo gruppo, ciò che è confermato dalla continua presenza delle edizioni in greco nei cataloghi della bottega ben oltre la morte di Aldo il Vecchio. Non solo la clientela interessata a questo tipo di edizione doveva necessariamente essere limitata, ma i volumi aldini erano stampati su carta particolarmente bella, e il costo ne rifletteva la qualità.

La diversificazione del catalogo aldino fu dunque una necessità inevitabile, e probabilmente la scelta oculata che permise la continuazione dell'attività familiare fino alla fine del Cinquecento. Ai capolavori dell'antichità ellenistica si aggiunsero così presto quelli della tradizione latina, e infine persino i nuovi classici della letteratura italiana. A partire dal 1501, il "nuovo" formato tascabile, che divenne presto uno dei simboli più riconoscibili del manifesto aziendale, contribuì a rendere questi testi particolarmente appetibili. Invece che stampare unicamente prime edizioni, che richiedevano enorme lavoro preparatorio, la bottega iniziò ad accostarle con altri testi che avevano già un posto ben definito sul mercato del libro, e che chiaramente erano accessibili ad un pubblico assai più vasto.

²⁸ Nelle prime righe della lettera, Fortiguerra chiede una copia ciascuno del Demostene e dell'Omero in due volumi, freschi di stampa, e una copia del commento sugli *Analytica posteriora* di Aristotele di Giovanni Filopono, uscito nel marzo di quell'anno.

Una decisione così apertamente commerciale non poteva che contrariare quella stessa comunità intellettuale che aveva così apprezzato gli sforzi dell'officina aldina nell'ambito della filologia greca. La vigilia di Natale del 1501, Janus Lascaris scriveva ad Aldo:

Et per che me scrivete volere dar fuori encheiridion de Homero come de Virgilio et Oratio, quanto ad me l'ho molto a charo et maxime andando vagabundo nel modo che facio; niendimeno seria piu al proposito, in loco de Homero, facesti cosa di che non s'havesse copia, percio che non se po neli graeci libri ex periousas, come neli latini, attendere alla commodita, dove la necessita non e anchora adimpita. Alla quale opera dicono li literati voi essere obbligato, per lo gran principio quale havete facto non senza promissione assidue di pervenire a fine. [...] La vera guadagno, loquale senza dubio è indecente cosa che sia primo proposito ad homo docto [...]"²⁹.

Le parole del Lascaris tradiscono il sentimento degli umanisti contemporanei e collaboratori di Aldo: sembrerebbe, commenta lo studioso greco, che il passaggio dalle edizioni greche a quelle italiane sia causato dal desiderio di ottenere un profitto; ciò che non si confà per nulla allo spirito dell'Umanesimo. La condanna di Aldo è aspra: avendo propugnato un manifesto editoriale per l'allestimento di edizioni in lingua greca mai apparse prima, egli era tenuto ad onorare tale impegno.

Su questo punto l'intesa tra Aldo e i suoi colleghi e collaboratori sembrava destinata a complicarsi. Aldo tuttavia era, e doveva per forza essere, un uomo tra due mondi. Martin Lowry ha espresso con grande chiarezza uno dei fattori meno discussi del successo aldino: l'abilità del portare la stampa agli umanisti, e l'umanesimo agli stampatori³⁰. Se la grande suggestività del progetto editoriale si trovava nell'idealismo intellettuale, per poterlo mantenere in vita era necessario negoziare con l'aspetto pecuniario.

4. *I lettori illustri di Aldo*

Nell'ottobre del 1504, Scipione Fortiguerra scriveva ad Aldo: «Per altra mia vi scrissi come havevo visitato Madonna Felice, et lei m'haveva

²⁹ Nolhac, *Les correspondants d'Aldo Manuce*, pp. 26-28.

³⁰ Lowry, *The World of Aldus Manutius*, p. 304.

commesso vi scrivessi, se havevate stampato niente in latino o in volgare, fussete contento mandargliene di ciascuna opera una. Non sono poi tornado per che vorrei poterle dire qualche cosa havessi da voi»³¹. Madonna Felice altri non era che Felice della Rovere, figlia illegittima di Papa Giulio II e una dama influente del suo tempo, circondata da un importante circolo intellettuale. Così come altri del suo stesso rango sociale non aveva dimestichezza con la lingua greca; ma era desiderosa nondimeno di possedere testi usciti dai torchi aldini.

Non si trattava di un caso isolato. Isabella d'Este manifestò un precoce interesse per gli enchiridia, che richiese espressamente nella loro forma più raffinata ed esclusiva: copie stampate su pergamena, e rilegate splendidamente³². Le edizioni aldine erano chiaramente identificate quali oggetti di valore e prestigio. Nel 1504 la contessa Lucrezia Gonzaga di Novellara ricevette in dono dal domenicano Mattia da Brescia una copia delle *Epistole e orazioni scelte*, una pubblicazione di quattro anni prima. Il frate notava, nell'inviare il volume, che il costo ammontava a '12 marcelli con la legatura'³³. Si trattava dunque di un dono assai prezioso. Una copia del *Lucanus* (1502) fu persino offerta quale regalo di nozze, come viene spiegato nella lettera di accompagnamento al volume, dal miniatore Giovanni Morelli al destinatario del presente, Raffaele Vitali di Napoli³⁴.

Se un'aldina rappresentava un dono importante, una vasta collezione era realmente degna di un principe. La creazione di una grande biblioteca universale, aperta agli studiosi e una gemma nella reputazione del mecenate, era una delle manifestazioni più eccelse del patronato delle arti. È comprensibile come un catalogo di ampio respiro e ambizione, come quello aldino, dovesse apparire particolarmente appropriato a simili progetti culturali. Uno dei primi principi a dare vita ad un'istituzione di questo tipo fu Federico il Saggio, Elettore di Sassonia. Guidato dall'umanista Georg Spalatin, Federico desiderava creare una biblioteca umanistica a Wittenberg 'per il bene comune di tutti i professori, così come gli stu-

³¹ Nohac, *Les correspondants d'Alde Manuce*, pp. 40-41.

³² Brian Richardson, *Isabella d'Este and the Social Uses of Books*, «La Bibliofilia», CXIV, III (2012), pp. 306-308; per i prezzi cfr. Neil Harris in questo volume.

³³ Ennio Sandal, *Uomini, lettere e torchi a Brescia nel primo Cinquecento*, «Aevum», 77, 3 (2003), p. 573 e nota 50, con ulteriore bibliografia. Un marcello equivaleva a mezza lira.

³⁴ Christie's, *Importanti edizioni aldine*, 16 giugno 1999, catalogo a cura di Fiammetta Soave, no. 17 p. 24.

denti dell'Università³⁵. Nonostante la dedizione al progetto, Spalatin fu costretto a inviare ben tre lettere ad Aldo prima di ricevere un catalogo della sua produzione a stampa – senza dubbio aiutato, in questo terzo e riuscito tentativo, dall'aggiunta della firma dell'Elettore in persona.

Allo stesso modo, le edizioni aldine entrarono ben presto nelle più prestigiose biblioteche del Rinascimento francese: il tesoriere Jean Grolier, amico personale di Gian Francesco Torresano e grande patrono delle arti; alti funzionari come Jacques-Auguste de Thou e Gaston Olivier; eruditi come Claude Dupuy, o grandi prelati come Jean du Bellay; e in generale tutte le professioni “satellitari” raccolte intorno alla corte³⁶. Gli ambasciatori francesi a Roma e Venezia erano particolarmente attivi nella ricerca di volumi per la collezione di Francesco I (1515-1547), in particolare dacché il grandioso progetto di una nuova biblioteca reale a Fontainebleau prese corpo sotto l'abile guida di Guillaume Budé. Se inizialmente questa doveva essere una collezione ancillare al *Collège des Trois Langues* che il re aveva lungamente promesso a Budé e Lascaris, e aperta agli eruditi nella sua sede di Parigi, essa divenne piuttosto uno status symbol per il monarca francese. Così come la famosa Galleria Francesco I, che ospitava gli affreschi di Rosso e Primaticcio, la biblioteca fu allestita nel palazzo di Fontainebleau, vicino agli appartamenti privati del re, da cui egli poteva offrire visite guidate ad ospiti illustri. Molte risorse furono profuse nell'assemblare la collezione. La lista dei volumi acquistati durante il mandato dell'ambasciatore Guillaume Pellicier si trova tuttora nello stesso Ms Grec 3064 di Parigi, che contiene i cataloghi a stampa di Aldo.

La maggior parte dei libri destinati a Fontainebleau erano manoscritti di gran pregio; ma anche un numero di stampati selezionati fu acquisito per la collezione. Questi sono per la gran maggioranza edizioni aldine, esplicitamente identificate dal compilatore della lista³⁷. Libri a stampa di Aldo facevano parte anche di quella che è stata identificata come la biblioteca personale di Francesco I. Questo piccolo nucleo di libri, circa

³⁵ Ernest G. Schwiebert, *Remnants of a Reformation Library*, «The Library Quarterly», X, IV (1940), p. 501.

³⁶ Per una discussione più estesa al riguardo si veda Shanti Graheli, *Aldo e il Rinascimento francese*, in *Aldo Manuzio e la costruzione del mito*; Eadem, *Aldine Editions in Early Modern France*, in *The Afterlife of Aldus*, a cura di Jill Krave e Paolo Sachet, di prossima pubblicazione.

³⁷ Parigi, Biblioteca Nazionale di Francia, Ms Grec 3064, cc. 59v-63v. Si noti che le menzioni di Aldo si estendono oltre la carta segnalata in Lowry, *The World of Aldus Manutius*, p. 298, nota 15.

130 in tutto e prevalentemente italiani, è stato studiato sulla base della loro comune legatura. Le aldine rappresentano il gruppo più ampio proveniente da un singolo atelier. Thomas Kimball Brooker ha anche suggerito che questa piccola biblioteca fosse itinerante, e che contenesse dunque i volumi che il re desiderava avere appresso in ogni circostanza³⁸. Essa conteneva molti romanzi cavallereschi, verosimilmente per la lettura privata di Francesco I; ed un vasto numero di aldine, senza dubbio per il loro prestigio.

Durante i primi decenni del suo sviluppo, molti guardarono alla biblioteca di Fontainebleau come un'istituzione di grande spicco. In essa furono introdotte innovazioni sia nella struttura materiale che nell'ideologia della biblioteca occidentale, dall'organizzazione di un corpo di bibliotecari e custodi fino alla disposizione dei libri in posizione verticale, propria delle collezioni di età moderna. Si trattava di un vero e proprio modello da imitare nel perseguire l'ideale della biblioteca universale. La grandiosa collezione creata al palazzo de L'Escorial per ordine di Filippo II dovette trarre qualche ispirazione da un tale antecedente. Poiché la biblioteca fu largamente distrutta da un grande incendio nel 1671, una sua parte è stata perduta; ma è possibile ricostruirne parzialmente il contenuto grazie ad una serie di liste rinascimentali. Queste sono state trascritte e analizzate da José Luis Gonzalo Sánchez Molero, ivi incluso un documento di particolare interesse, intitolato *Libros en griego de Aldo*³⁹. Si tratta di una lista di spedizione datata al 1547. Precettore personale del giovane Filippo di Spagna, e umanista di spicco nel panorama spagnolo, Juan Cristóbal Calvete de Estrella fu incaricato con l'acquisto di volumi adeguati ad una grande collezione. Questa politica di acquisizione fu portata avanti dal 1545 fino al 1559, periodo in cui Calvete si occupò di richiedere libri, o di commissionarne l'acquisizione ad altri – un nome tra tutti, Antoine Perrenot de Granvelle.

La lista del 1547 contiene ben 138 titoli greci attribuiti all'atelier aldino, con l'aggiunta di altri quindici volumi in volgare, *Libros de Aldo en toscano*. In tutto, 178 titoli identificati come aldini furono registrati nelle spese per L'Escorial. Molti di questi sono scampati all'incendio del 1671, e sono effettivamente confermati quali edizioni aldine. Tuttavia, Sánchez

³⁸ Thomas Kimball Brooker, *Bindings commissioned for Francis I's 'Italian library' with horizontal spine titles dating from the late 1530s to 1540*, «Bulletin du Bibliophile», I (1997), pp. 33-91.

³⁹ José Luis Gonzalo Sánchez-Molero, *La «Librería rica» de Felipe II: estudio histórico y catalogación*, Madrid 1998. Il contenuto della lista si trova alle pp. 851-854.

Molero ha anche dimostrato che un certo numero degli acquisti ‘aldini’ nasconde in realtà testi meno illustri, e meno appropriati per la biblioteca dei Re Cattolici, per esempio edizioni di autori simpatizzanti con la Riforma. Non solo questo conferma come fosse desiderabile che la biblioteca di Filippo II dovesse vantare un numero sostanziale di aldine; ma che un simile acquisto doveva essere talmente ovvio per chiunque avesse accesso alla lista del contenuto delle casse, da essere del tutto al di sopra di ogni sospetto.

5. *Aldo e i tipografi*

L'autorevolezza, ambizione e fama del manifesto aldino sollecitarono un notevole interesse anche presso altri editori e tipografi contemporanei. Tale interesse assunse forme assai diverse da un caso all'altro, dalla produzione di edizioni pirata, alla riproduzione del contenuto testuale in forma più economica, fino all'uso delle edizioni aldine quali testimoni testuali. I maggiori editori umanisti contemporanei di Aldo si mantenevano informati sulle novità della bottega tramite le proprie reti di contatti. Non si trattava semplicemente di scambiarsi informazioni: la circolazione materiale di volumi stampati da Aldo traspare dalle corrispondenze contemporanee, dall'allestimento di edizioni che utilizzavano le aldine come modelli, e anche da note di possesso apposte da altri editori e tipografi su libri a stampa dei Manuzio.

L'approccio nell'utilizzo delle aldine variava considerevolmente. Il caso delle contraffazioni lionesi, per esempio – il più clamoroso e visibile riutilizzo delle edizioni di Aldo Manuzio da parte dei suoi contemporanei – fu un ovvio tentativo di partecipare al successo finanziario dell'impresa attraverso l'imitazione pedissequa degli enchiridia aldini⁴⁰. Non si trattava di semplici riproduzioni dei testi: una copia del corsivo di Francesco Griffo, sebbene più cruda e rudimentale, fu approntata in gran rapidità per la composizione dei testi. Il risultato era indubbiamente valido, dal momento che le edizioni aldine e le copie lionesi sono effettivamente difficili da distinguere a meno che non le si confronti una a fianco dell'altra. Tuttavia il successo pare essere stato limitato, e a fronte di un impegno fi-

⁴⁰ La questione delle contraffazioni lionesi è analizzata nel mio saggio *Aldo Manuzio e il Rinascimento francese*, con ulteriori riferimenti bibliografici al lavoro di David Shaw e William Kemp.

nanziario non da poco; non solo gli stampatori lionesi commissionarono il nuovo carattere corsivo, ma un discreto numero delle copie uscite dai loro torchi fu stampato su supporto pergamenaceo, chiaramente intese per gli stessi lettori illustri che ricercavano le edizioni originali tramite il contatto diretto con Aldo. Naturalmente i tipografi lionesi non considerarono che la mancanza di autenticità di tali copie illustri diveniva subito manifesta, perché l'acquirente-tipo le avrebbe ricercate attraverso la corrispondenza personale con l'officina aldina.

La reazione dello stesso Aldo l'abbiamo menzionata; venuto a conoscenza delle stampe lionesi, diede alle stampe il cosiddetto *Monitum*, un manifesto che ripudiava le edizioni francesi come contraffazioni, e segnalava come identificare quelle autentiche. Va sottolineato come, tra le misure prese da Aldo in questo documento per tutelare i propri interessi, una riproduzione della marca editoriale dell'ancora e delfino figurava in una posizione prominente sul manifesto. La marca dell'ancora e delfino non fu mai riprodotta da Baldassarre Gabiano e Bartolomeo Trot, responsabili per le contraffazioni lionesi. Tuttavia, fu impiegata in almeno un'altra stampa lionese da Jean de La Place, nel 1515. Il testo in questione era la grammatica di Aldo, copiata, a dire dello stampatore, dall'edizione parigina di Josse Bade. Il frontespizio è qui stampato in rosso e nero, con un'enfasi sull'attribuzione aldina. Il titolo abbreviato 'Grammatica Aldi' (seguito da un titolo esteso), e la marca con a cavallo il nome 'AL-DVS', sono entrambi resi in rosso.

Il numero di edizioni cinquecentesche basate su impressioni aldine è assai vasto. La misura in cui i testi venivano riutilizzati variava in sistematicità, ma spesso troviamo una copia pedissequa che comprendeva anche il paratesto. Vari editori parigini commissionarono imitazioni del carattere romano di Aldo. Le costose edizioni aldine venivano così riproposte in un formato più accessibile alle tasche dei lettori, pur continuando a perpetuare la reputazione del loro ideatore originale. Simili operazioni editoriali erano effettuate su larga scala a Parigi, ma anche in altri centri editoriali come Colonia, Anversa, Strasburgo o Lipsia. La grammatica dello stesso Aldo era il singolo testo più riprodotto, ma le sue edizioni dei classici erano spesso utilizzate allo stesso modo. Uno dei centri più precoci in tali pratiche fu Basilea, dove Johann Froben pubblicò due successive edizioni dell'introduzione alla grammatica greca di Aldo, nel 1518 e 1520. Nell'epistola dedicatoria Froben dichiara esplicitamente che sta riproducendo il testo aldino, con alcune correzioni ed emendazioni.

I Froben erano noti per l'importazione di aldine, e si mantenevano regolarmente informati sulle novità dell'officina, anche tramite i loro collaboratori di bottega. Le somiglianze di Johann Froben con Aldo dovevano essere evidenti ai loro contemporanei, come è dimostrato da una lettera di Michael Hummelberger, indirizzata a Bruno Amerbach. Nel lodare il lavoro portato avanti dal grande tipografo umanista Johann Froben, Hummelberger esprime come la Germania gli dovrà una lode non minore, di quella che l'Italia dovette un tempo ad Aldo⁴¹. La copia delle *Institutiones Graecae grammaticae* di Aldo, appartenuta a Johann e Bruno Amerbach, reca i segni di una simile ammirazione; la copia fu studiata da capo a fondo, ed è fittamente annotata⁴². Simili casi continuano ad essere scoperti e appaiono sul mercato antiquario ancora oggi; per esempio, nel 2012 le Swann Auction Galleries di New York misero in vendita la copia di *Musaens* (1517) appartenuta a Johann Herwagen.

Osservare uno stampatore impegnato nello studio dei testi, così come nel caso degli Amerbach nella loro copia della grammatica aldina, offre importanti spunti di riflessione sulla particolare figura del tipografo umanista. In occasioni ancora più fortunate, possiamo confrontare le glosse fatte sulla copia aldina con un'edizione successivamente approntata dal lettore in questione, per cercare di capire in che misura il testo aldino fosse effettivamente utilizzato. Casi di questo tipo sono conservati per il lavoro filologico di Adrien Turnèbe, uno dei grandi editori umanisti nella Parigi di metà Cinquecento. Turnèbe possedeva almeno tre aldine nella sua biblioteca personale: il Sofocle del 1502; i *Moralia* del 1509; e l'Eschilo pubblicato dagli eredi di Aldo nel 1518⁴³. È interessante riscontrare che le prime due edizioni furono spesso utilizzate da Turnèbe nello scegliere la lezione che riteneva corretta, spesso alle spese di testimoni autorevoli; mentre l'edizione di Eschilo fu da lui aspramente criticata per l'abbondanza di errori. Una tale posizione riflette la reazione del mondo umanista verso varie altre edizioni di scarsa qualità, pubblicate dopo la morte di Aldo, come ad esempio il Galeno del 1525, dato alle stampe nonostante una lacuna testuale di circa cento pagine. Se la marca dell'ancora e delfino continuava a rappresentare gli ideali dell'impresa aldina, non era tuttavia in grado di proteggere i testi dalle critiche della comunità intellettuale.

⁴¹ Michael Hummelberger a Bruno Amerbach, Ravensburg, 7 Settembre 1517. Basilea, Biblioteca Universitaria, G II 29:2:Bl.189.

⁴² Basilea, Biblioteca Universitaria, Bc III 112a.

⁴³ John Lewis, *Adrien Turnèbe (1512-1565): A Humanist Observed*, Ginevra 1998, rispettivamente alle pp. 184; 187-189; 120-125.

Un ultimo caso, forse il più interessante esempio di riutilizzo dei testi aldini, è rappresentato da quelle attivamente usate come modelli in tipografia⁴⁴. Un tale esempio, il primo volume delle *Orationes horum rhetorum*, si trova tra le collocazioni della British Library; il catalogo si limita a menzionare la presenza di copiose note manoscritte⁴⁵. L'ispezione del volume rivela che non solo le annotazioni sono, in effetti, assai numerose; ma che l'esemplare era appartenuto in precedenza al tipografo Johann Oporinus, cui era stato offerto in dono dall'umanista Hieronymus Wolf⁴⁶. Oporinus aveva fondato, all'inizio degli anni Quaranta del Cinquecento, una delle più prolifiche e importanti case editoriali di Basilea, dedicata alla produzione dei classici latini e greci, così come alla pubblicazione di testi umanisti contemporanei. Che dovesse naturalmente guardare ad Aldo come fonte di ispirazione, non desta particolare meraviglia; ma questo esemplare dimostra che Oporinus, o qualcuno del suo immediato circolo, abbia usato Aldo come fonte ben più da vicino. All'incirca il primo centinaio di pagine fu utilizzato come modello di tipografia, ed è annotato fittamente in latino e soprattutto greco, con correzioni al testo, glosse e il calcolo delle pagine per l'imposizione in forme. Il testo è marcato in vari punti da un tratto orizzontale in sanguigna, che ricorre ogni due linee, segnalando il lavoro del compositore. Si tratta, in sostanza, di un testimone che ci permette di osservare il lavoro della bottega tipografica con gran minuzia di dettagli, e che merita di essere studiato approfonditamente⁴⁷.

Ma soprattutto, l'esemplare londinese simbolizza la ricezione di Aldo e del suo operato nell'Europa rinascimentale, chiudendone il cerchio: i suoi stessi pari erano presto divenuti attenti lettori del suo lavoro. Editore iconico e generoso umanista, rese possibile la lettura e l'utilizzo di testi spesso rimasti inaccessibili per secoli; ma da intelligente uomo d'affari,

⁴⁴ Lotte Hellinga discute vari esempi di modelli in tipografia nel suo volume *Texts in Transit: Manuscript to Proof and Print in the Fifteenth Century*, Leiden 2014. In particolare vi sono vari esempi dei manoscritti usati nella bottega aldina, passati nelle mani di Johannes Cuno prima, e di Beatus Rhenanus poi. Si trovano dunque ora alla Biblioteca Municipale di Sélestat, come la maggior parte dei volumi dell'umanista. Un'indagine di questi manoscritti è stata recentemente offerta da Venetia Chatzopoulou nel suo intervento al convegno *Aldo e la costruzione del mito*.

⁴⁵ Londra, British Library, 654.d.6.(1).

⁴⁶ Il volume delle *Orationes* si trova qui rilegato insieme all'edizione del *De Urbi-bus*, Basilea 1568. Questo contiene una nota di possesso dello stesso Wolf, cui il libro era stato donato dall'erudito Wilhelm Xylander.

⁴⁷ Non ho potuto identificare l'edizione cui questa copia aveva servito da modello, ma non dubito che una ricerca più approfondita, idealmente da uno studioso della lingua greca, possa produrre risultati soddisfacenti.

utilizzò sapientemente le risorse umane e testuali che aveva a disposizione, e lavorò incessantemente per istituire e mantenere in vita l'attività editoriale. La creazione e diffusione dei cataloghi di vendita, l'ideazione dei titoli in serie e lo sviluppo dell'insegna editoriale portarono all'emergere di un vero e proprio marchio commerciale, riconoscibile e soprattutto di elevato profilo socio-culturale. Le relazioni intrattenute con la comunità umanista, nella validazione e approvazione del lavoro filologico dell'officina, così come nella pubblicizzazione del suo operato presso lettori illustri e potenziali mecenati, rappresentarono la pietra d'angolo nella costruzione della casa d'Aldo Romano. Possiamo affermare senza paura d'anacronismi che, grazie all'abile intuito che raccoglieva in un tutt'uno questa rete invisibile di uomini e idee, Aldo Manuzio diede l'avvio al concetto di editoria moderna.