

Notizie dei beni culturali

a cura di Luisa Avellini e Rosaria Campioni

*La cultura classica nelle marche tipografiche italiane.
Un gioco umanistico del '500*

Anja Wolkenhauer

Leggendo bene il famoso *Libro del Cortegiano* si trova la descrizione di un gioco colto, proposto durante una delle serate alla corte di Urbino. Il gioco aveva come tema l'esame di un piccolissimo gioiello a forma della lettera S e i suoi presunti significati. Castiglione desidera indovinare qualcosa del carattere della duchessa

con un gioco, il quale è questo: che ognun dica ciò che crede che significhi quella lettera, che la signora Duchessa porta in fronte; perché, avvenga che certamente questo ancor sia un artificioso velame per poter ingannare, per avventura si gli dirà qualche interpretazione da lei forse non pensata e trovarassi che la fortuna, pietosa riguardatrice dei martiri degli omini, l'ha indotta con questo piccol segno a scoprire non volendo l'intimo desiderio suo [...].¹

L'Unico Aretino, che aveva proposto il gioco, ci ha anche mostrato come giocarlo in una sua poesia. Le sue interpretazioni libere sono sottomesse soltanto alle condizioni della originalità e della convenienza. Ci dice che la lettera potrebbe significare «soccorso o servitute, sospetto, o securtà», ma anche «superbia, sospir, severitate/strazio, sangue, sudor, supplicio e sdegno.» L'interpretazione data alla fine tenta di riunire le sopradette caratteristiche negative e positive nell'immagine del sole: «Ma se loco ha la pura veritate/ questa S dimostra con non poco ingegno/ un

¹B. CASTIGLIONE, *Il libro del Cortegiano*, a cura di W. Barberis, Torino, Einaudi, 1998, lib. 1, 9.

sol solo in bellezza e'n crudeltate».²

Castiglione ci mostra qui un mondo, dove il gioco è in piena fioritura e dove ogni oggetto poteva esprimere un'idea nascosta, un segreto che si può svelare; meglio ancora, che si può portare fino a un nuovo significato: «un'interpretazione dalla duchessa stessa non pensata», come dice lui.

Ho menzionato questa breve storia dell'inizio del '500, perché ci apre una finestra sulla cultura cortese e umanistica del periodo che prenderemo in considerazione. Nel mio contributo voglio esaminare una cultura vicina a quella del *Cortegiano*, qual'è l'arte della stampa, entrata nella cultura europea pochi decenni prima. Gran parte degli stampatori del primo '500 erano sia artigiani che umanisti; tanti umanisti lavoravano come editori e correttori nelle case più famose. Prendiamo come esempio solo quelli di cui parleremo dopo: Erasmo da Rotterdam lavorò per Aldo Manuzio a Venezia e dopo per i Froben a Basilea; l'umanista Demetrio Calcondila organizzò la prima edizione a stampa dell'importante dizionario greco chiamato *Suda*, e il suo allievo Giangiorgio Trissino, famoso per il suo tentativo di grecizzare l'ortografia italiana, aveva un suo stampatore quasi privato. Sotto questo aspetto, l'ancor giovane stampa umanistica sembra meno mercantile e più collegata alla cultura coeva di quanto non lo sia oggi.

Quasi ogni editore-umanista aveva una sua marca personale, che metteva sulla prima o sull'ultima pagina dei suoi libri.³ È un segno di qualità che ci vuole ricordare in modo condensato il personaggio dell'editore, le sue conoscenze nel campo della cultura, preferibilmente antica, e la sua capacità di rappresentare tutto questo tramite un'imma-

² Non esiste una edizione moderna delle opere dell'Accolti per quanto a me noto. Mi riferisco quindi alla poesia come citata nella edizione soprannominata del *Cortegiano*, nota 16.

³ Non ogni stampatore si serviva di una marca propria, ma lo facevano quasi tutti coloro che producevano libri umanistici in lingua latina o greca, cioè libri di un certo livello culturale. Le marche umanistiche nascono come una moda d'élite. Le marche italiane del '500 sono state più volte raccolte; mancano però le datazioni e, più importante, delle interpretazioni dettagliate: P.O. KRISTELLER, *Die italienischen Buchdrucker- und Verlegerzeichen bis 1525*, Strassburg, Heitz, 1893 (ristampato Naarden 1969). E. VACCARO, *Le marche dei tipografi ed editori italiani del secolo XVI nella Biblioteca Angelica di Roma*, Firenze, Olschki, 1983 (Biblioteca di Bibliografia Italiana, 98); G. ZAPPELLA, *Le marche dei tipografi e degli editori italiani del '500, Repertorio di figure, simboli & soggetti e dei relativi motti*, Milano, Bibliografica, 1986.

gine e poche parole. Le marche tipografiche derivano dalla moda già tardo-medievale dei motti dei grandi sovrani – pensiamo al coevo *plus ultra* di Carlo V.⁴ Entrando però nel mondo dei libri, i motti diventano oggetti pubblici su una scala prima non conosciuta. Vengono stampate a migliaia nei libri; in breve sono conosciute in tutt'Europa; le marche tipografiche sono quasi un primo fenomeno di massa.⁵

Gli umanisti poi «riempiono» le marche con la loro cultura, con le loro conoscenze antiche e moderne, e più specificamente con l'idea di una scrittura geroglifica. Veniva chiamata geroglifica come l'antica scrittura egiziana, anche se in realtà si tratta di un'invenzione rinascimentale, legata ai nomi di Leon Battista Alberti e Francesco Colonna.⁶ Doveva esprimere dei concetti più complessi tramite una combinazione nuova di lettere ed immagini. Vedremo più avanti come funziona.

Prima esaminiamo più da vicino alcune marche italiane, che provengono da Venezia, Vicenza e Milano. Vogliamo capire come sono fatte e di quale cultura ci parlino. Poi passeremo a vedere come la cultura italiana è legata a quella d'oltralpe. Possiamo capire come con il commercio dei libri anche i concetti umanistici (nella loro forma di marca tipografica) si muovessero in ambo le direzioni. Ma parlandone come di una cultura seria ed importante, dobbiamo sempre ricordarci dei giochi del *Cortegiano* e del loro concetto sotteso d'indovinello: Come il gioiello della duchessa, anche le marche sono rebus, che aspettano una nostra interpretazione. Come il

⁴ I motti o meglio le «imprese», consistenti in una figura e in un motto (spesso una citazione antica), sono strutturalmente le forme più vicine alle marche tipografiche. Ma ci sono altre fonti ugualmente importanti per la nascita delle marche, basta menzionare le insegne dei notai e quelli dei negozi come modelli grafici; e dall'altra parte le sottoscrizioni alla fine dei manoscritti che pongono l'accento sul produttore del libro.

⁵ Per la casa editrice di Aldo Manuzio si parla di almeno 100.000 copie fino al 1515. La marca veniva usata dal 1502 per tutti i suoi libri (salvo pochissime eccezioni) e si trova dopo la morte di Aldo per tutto il '500 nei suoi successori e nelle contraffazioni di tutta l'Europa. Già nei primi 15 anni si può allora calcolare una quantità di circa 100.000 delfini e ancora disperse per l'Europa. Cfr. M. LOWRY, *The World of Aldus Manutius*, Oxford, Blackwell, 1979, p. 257.

⁶ Fondamentale per lo studio del legame tra geroglifici e la cultura umanistica: K. GIEHLOW, *Die Hieroglyphenkunde des Humanismus in der Allegorie der Renaissance, besonders der Ehrenpforte Kaiser Maximilians I*, «Jahrbuch der kunsthistorischen Sammlungen des allerhöchsten Kaiserhauses», 32, 1915, pp. 1-232; più specificamente per le marche tipografiche L. VOLKMANN, *Bilderschriften der Renaissance, Hieroglyphik und Emblematik in ihren Beziehungen und Fortwirkungen*, Leipzig, K.W. Hiersemann, 1923 (Veröffentlichungen des deutschen Vereins für Buchwesen u. Schrifttum).

gioiello, non ci dicono sempre quale sia la interpretazione giusta e quale quella sbagliata. Come il gioiello, nascondono una profonda verità, che non si rivela sempre tramite un ragionamento: «Desidero saper la verità con un gioco», dice il Castiglione. Come il gioiello in forma di S, le marche tipografiche stanno tra lingua ed immagine. Considerandoli adesso in modo dettagliato possiamo capire che tutte e due provengono sia dalla cultura profonda dell'umanesimo rinascimentale che dalla cultura altrettanto bella ma meno studiata del gioco intellettuale.

Aldo Manuzio

Cominceremo il nostro esame con la marca tipografica di Aldo Manuzio, che si vedeva anche sul frontespizio del *Cortegiano*. La marca era famosa già nel '500; veniva usata non soltanto dalla casa editrice di Aldo Manuzio e dei suoi figli, ma anche da tantissimi stampatori tedeschi e francesi. Contraffazioni della marca aldina si trovano a migliaia in seguito al suo successo a livello europeo.⁷ Dopo pochi anni divenne un segno di alta qualità tecnica, estetica e linguistica e lo rimase fino al nostro secolo, quando un giornale americano lo adottò di nuovo come marca propria.⁸ Come mai aveva tanto successo? Cosa ci mostra?

La marca è composta da un'ancora forte e diritta e un delfino agile e vivace, che si attorciglia a quest'ancora (Fig. 1). Nel linguaggio geroglifico del rinascimento, ancora e delfino simboleggiano l'unione ideale di ponderatezza e rapidità d'azione, che si condensa nel detto *festina lente*. Qui non è scritto, però nel '500 ognuno sapeva tradurre queste immagini in parole latine o greche, cioè in un linguaggio apparentemente dotto.⁹

⁷ Basta guardare le varie proteste di Aldo sulle contraffazioni, delle quali la prima risulta del marzo 1503, meno di un anno dopo il primo uso della sua marca. Cfr. *Aldo Manuzio tipografo 1494-1515*, catalogo a cura di L. BIGLIAZZI, A. DILLON BUSSI, G. SAVINO, P. SCAPECCHI, Firenze, Bibl. Medicea-Laurenziana, 1994, Firenze, Octavo-F. Cantini editore, 1994, Nr. 73, e il capitolo sulle contraffazioni, pp. 187-192.

⁸ «The Dolphin, a periodical for all people who find pleasure in books», ed. a New York a partire dal 1933.

⁹ Quanto sia importante quel piccolo fatto di mettere o non mettere un motto per spiegare l'immagine viene dimostrato da una discussione alla fine del secolo. Tanti contraffattori avevano messo il *festina lente* per assicurarsi che ognuno potesse capire il concetto, perché la lingua ideale si capisce difficilmente. Questa doppia spiegazione del concetto in lettera e figura venne però criticata come troppo banale dall'autore di un libro

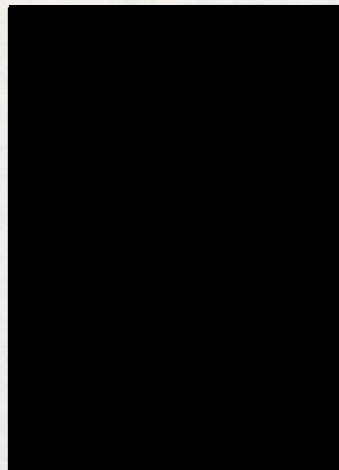


Fig. 1 – Aldo Manuzio, 1502 [Gregorio da Nazianzo, *Poemata*, Venezia, luglio 1504, verso dell'ultimo foglio. Herzog-August-Bibliothek Wolfenbüttel 39.6 Poet.].

Le immagini fanno parte della scrittura geroglifica, una scrittura di ideogrammi che simboleggiano certi concetti come la velocità, la ponderatezza ecc. Essa veniva giudicata come la lingua più filosofica, perché era capace di esprimere i concetti più difficili, e come la più antica, perché sembrava vicina ai geroglifici dell'antico egitto, ritenuta la prima cultura del mediterraneo. Il concetto geroglifico suppone che l'immagine sia uguale se non addirittura superiore alla parola. Questa posizione si trova in netto

d'imprese, Ruscelli: «Se ne fecero poi d'altre in diverso fine, ma poco vaghe et poco lodevoli ancor'esse. Et queste erano con aggiungersi parole, lequai non dichiarassero, che cosa fossero quelle figure, ma quello, che elle significavano, sì come in quelle d'alcune medaglie, le quali di verso hanno un'Ancora col Delfino, et parole, che dicono, FESTINALENTE. Il qual modo è certamente goffissimo, percioche primieramente mostra l'Autor d'essa di tener le genti molto grosse d'ingegno, che non sappiano conoscere ò considerare un pensiero così facile et chiaro, com'è quello. Et ha oltre à ciò di peggio, che conviene in essa tener per ociosa, ò vana, et superflua una d'esse due cose, cioè, ò le figure, ò le parole, poi che quelle et queste dicono una cosa medesima. Et che ciò sia vero, tolgansi via in tutto le figure, et dicasi, ò scrivasi, festina lente, che così s'intenderà tutta la sentenza, come s'intende con le figure. Et però da niuna persona, che non si glori di far professione più di grossolano, che d'ostinato, ò sofisticato, non si deve negare, che ella non sia bruttissima per ogni parte», G. RUSCELLI, *Le Imprese illustri, con espositioni et discorsi*, Venezia, Rampazetto, 1566, fol. 10 (Venezia, BNM 90 D 82).

contrasto con la concezione teologica dell'immagine che la voleva – come tipo d'informazione poco affidabile – subordinata alla parola.¹⁰

Il concetto geroglifico ci spiega come mai Aldo Manuzio mostri soltanto le due immagini quasi «nude» come due lettere su fondo bianco. Se avesse voluto, avrebbe potuto far dipingere un bel quadro che ci racconta il concetto tramite una storia dettagliata. Ci avrebbe potuto disegnare per esempio una barca, che tenta di gettare l'ancora durante un terrificante temporale, e che sta per essere sopraffatta dagli elementi naturali, quando il delfino, amico degli uomini, le viene velocemente in soccorso e con il proprio vigore rinforza l'ancoraggio e salva l'imbarcazione. Anche questa sarebbe stata un'illustrazione del concetto sopraddetto di ponderatezza ed azione veloce. Altri lo descrivono così più tardi.¹¹ Aldo Manuzio non lo fa, non mette nè testo interpretativo nè retroscena. Utilizzando il nudo disegno pone l'accento sul concetto che sta dietro l'immagine.

Per nostra fortuna, un suo grande amico, Erasmo da Rotterdam, spiegò ai suoi contemporanei come si fa a capire il linguaggio geroglifico degli umanisti e specialmente questa marca che vediamo. Nei suoi *Adagia*, una raccolta di proverbi e detti famosi, egli parla del *festina lente*.¹² È un detto antichissimo, saggio ed enigmatico, comincia Erasmo. Poi racconta degli esempi storici. Il famoso Quinto Massimo *cunctator* l'aveva come punto di riferimento quando combatteva contro Annibale: ragionava a lungo, agiva però poi con grande velocità. Così si vince; così lui ci dà un'interpretazione «pratica» del detto *festina lente*. Più tardi i grandi imperatori, Augusto e Tito, l'usarono come motto personale. Fecero coniare su alcune monete del loro tempo i segni geroglifici del delfino e dell'ancora. Erasmo ci racconta che Aldo Manuzio aveva preso questa moneta antica come modello per la sua marca tipografica.¹³

¹⁰ Basta ricordare il concilio di Trento ed il allora fatto tentativo di regolare le arti visive.

¹¹ La prima edizione (non autorizzata) dell'*Emblematum libellus* di Andrea Alciato, stampata ad Augusta in 1531, mostra il delfino che si sforza di tenere l'ancora in un mare mosso; solo più tardi, nelle edizioni autorizzate di Parigi e Lione, la marca aldina diventa modello per l'illustrazione dell'emblema *princeps subditorum incolumnitatem procurans*.

¹² DESIDERIUS ERASMI ROTERODAMI, *Adagiorum Chiliades tres*, Venezia, Aldus, 1508, fol. 112v-114r: *Adagium 1001, Festina lente*.

¹³ Erasmo parla soltanto della moneta classica come fonte della marca, ma è ben visibile che almeno per l'aspetto grafico una xilografia della *Hypnerotomachia Polifili* (fol.

Il segno che una volta era dell'imperatore Tito Vespasiano, ora è famoso in tutto il mondo; amato dovunque ci sia gente che ama la letteratura buona. Non credo che il simbolo venisse apprezzato allora, quando i commercianti l'avevano tra le mani come segno della moneta imperiale, tanto quanto oggi. Tutti coloro che oggi amano la cultura vera ed antica lo vedono, lo riconoscono e l'ammirano in tutto il mondo, cristiano e non cristiano, in molti libri greci e latini.¹⁴

Per Erasmo, questo segno era egiziano di nascita, romano per la scelta dei grandi imperatori, ed umanistico per l'interpretazione moderna che Aldo Manuzio ne aveva dato. L'insieme di cultura antica mediterranea e di un concetto, che poteva servire sia alla stampa che alla vita quotidiana, portò la marca aldina al suo grande successo. Servì come modello per molti editori che vennero dopo, sia in Italia che oltralpe.¹⁵ Possiamo dire che l'aldina rappresenta un punto di partenza e nello stesso momento il culmine di quest'arte umanistica.

L'edizione milanese della Suda (1499)

La marca aldina è un bell'indovinello, perché unisce due concetti opposti – come ci spiega Erasmo¹⁶ – senza però guidarci ad una interpretazione certa. Chi non conosce i significati del delfino e dell'ancora farebbe fatica nell'interpretazione, oppure per divertimento o disperazione

d7r) fungeva come fonte di uguale importanza. Per una conoscenza migliore di questa marca sarà importante la distinzione precisa tra la genesi secondo Erasmo e la genesi che si riconosce tramite l'esame della marca stessa; una distinzione non osservata nelle interpretazioni fino ad oggi.

¹⁴ «Nam huius eadem, quae quondam Tito Vespasiano placuerunt, celebrantur insignia, non notissima modo, verum etiam gratissima quibuscumque ubivis terrarum bonae literae vel notae sunt vel charae. Neque vero symbolum hoc tum illustrius fuisse crediderim, cum insculptum imperatorio nomismati negotiatorum manibus terendum circumferretur, quam nunc, cum ubique gentium vel ultra Christiani imperii terminos una cum omnigenis utriusque linguae voluminibus propagatur agnoscitur tenetur celebratur ab omnibus, qui liberalium studiorum colunt sacra» (*Adagium 1001*, fol. 113v).

¹⁵ Esempi fino all'Ottocento in A. A. RENOARD, *Annales de l'imprimerie des Aldes, ou histoire des trois Manuce et des leurs éditions*, 2^{de} édition, Paris, J. Renouard, 1825, III, pp. 103-116.

¹⁶ «Proverbium hoc non invenustam aenigmati speciem prae se fert, propterea quod constat ex verbis inter sese pugnantibus» (*Adagium 1001*, fol. 112v).

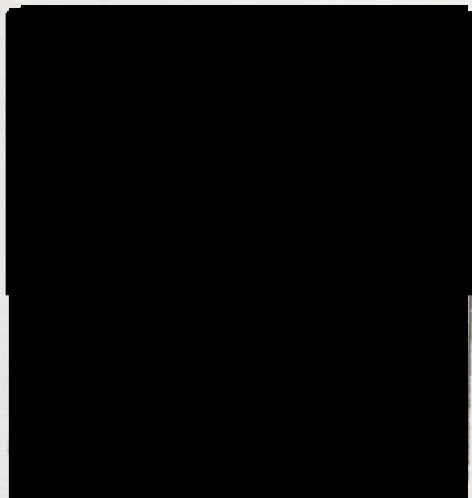


Fig. 2 – Giovanni Bissolo e Benedetto Mangio, 1499 [*Suda*, ed. D. Calcondila, Milano, nov. 1499, fol. ZZ5v, Biblioteca Naz. Marciana Inc. 228].

ne farebbe un gioco cortese come lo faceva l'Unico Aretino. Ci sono altre marche di ben più difficile decifrazione, perché il loro linguaggio simbolico era meno comune e non godevano dell'aiuto di un'umanista-interprete come lo era Erasmo per Aldo Manuzio. Non sappiamo se i lettori umanistici di quel periodo siano riusciti a risolvere i problemi posti dalle marche, perché sembra che non sia rimasta alcuna traccia dei loro tentativi. Sappiamo però bene che allora si giocava con le marche tipografiche, guardandole come segno della cultura umanistica dello stampatore.¹⁷ La scienza moderna invece le ha considerate poco e molto spesso non le ha neanche riconosciute come segni significativi.

Gli stampatori che esaminiamo adesso erano collaboratori oppure allievi di Aldo, ma sembra che si siano separati da lui dopo un litigio. Non sappiamo bene cosa abbiano fatto dopo; un progetto qua e là, col-

¹⁷ L'unica traccia rimasta sembrano essere le annotazioni a mano che si trovano ogni tanto accanto alle marche: piccoli disegni, commenti, un motto aggiunto ecc. La critica dell'«indovinello troppo complicato anche per un dio saggio come Apollo» si trova verso la metà del secolo in una poesia latina, stampata in Germania. Cfr. A. WOLKENHAUER, *Humanistische Bildung und neues Selbstverständnis in Druckerzeichen des 16. Jahrhunderts*, «Gutenberg-Jahrbuch», 73, 1998, pp. 165-179.

laborazioni varie. Il loro libro più impegnativo è quello di cui parleremo adesso, la prima edizione del dizionario greco chiamato *Suda*.¹⁸ All'edizione lavorarono insieme con il grande umanista Demetrio Calcondila,¹⁹ che dopo Padova, Roma e Firenze da qualche anno insegnava a Milano. Tra i suoi discepoli vi erano Poliziano e l'umanista tedesco Reuchlin; il Castiglione, di cui abbiamo già parlato, ed il Trissino, di cui parleremo dopo. Calcondila curò la parte filologica del libro. È un incunabolo di grande formato, molto costoso e prezioso, del quale sappiamo che ebbe una tiratura di 800 esemplari.²⁰ L'unico abbellimento grafico lo troviamo sul penultimo foglio (Fig. 2). Sotto il colofon, che ripete tutti i nomi e la datazione dell'opera, c'è una xilografia di poco più di 5 centimetri, che mostra due rami fioriti su fondo nero. Sono uniti da un nastro recante la scritta: *sudavit et alsit*. Allora c'è qualcuno che suda e sopporta il freddo. Ma chi? Riconosciamo nel testo una citazione dall'*arte poetica* d'Orazio, la quale dice che il giovane allievo deve sopportare tante fatiche prima di essere un vero poeta: *multa tulit fecitque puer, sudavit et alsit/ abstinuit venere et vino*.²¹ Il giovane sopporta il caldo ed il freddo, non assaggia il vino, non guarda le donne, lavora soltanto per la sua vocazione. Sotto ci sono le iniziali degli stampatori, Giovanni Bissolo (IB) e Benedetto Mangio (BM).²² Da qui possiamo dedurre che la frase si riferisce a loro, perché sono due come i rami e perché hanno faticato molto per la produzione di questo bel libro. Si può intendere molto più chiaramente del solito che la marca è stata fatta per questo libro solo, perché la citazione oraziana (il *sudavit et alsit*) allude al titolo del libro, *Suda*.²³

Tutte queste sono osservazioni valide. Ma se fosse soltanto così, sarebbe una marca ancora abbastanza triviale che non si inserirebbe bene

¹⁸ Τὸ μὲν παρὸν βιβλίον Σουίδα [Suda, ed. D. Calcondila], Milano, Giovanni Bissoli e Benedetto Dolcibelli del Mangio, Nov. 1499. BMC 6, 792 raccoglie i passi relativi al contratto, alla tiratura ed al prezzo.

¹⁹ A. PETRUCCI, *Demetrio Calcondila*, in *Dizionario Biografico degli Italiani* [=DBI], Roma, Istituto dell'Enciclopedia Italiana, 16, 1973, pp. 542-547.

²⁰ Cfr. A. NUOVO, *Il commercio librario nell'Italia del Rinascimento*, Milano, F. Angeli, 1998 (Storia dell'editoria), pp. 38-45: «Le tirature dei libri a stampa» con altri esempi.

²¹ ORAZIO, *Ars poetica* 413-14.

²² A. CIONI, *Giovanni Bissoli*, in DBI, 10, 1968, pp. 701-703. A. GARUTI, *Benedetto Dolcibelli* [i.e. Mangius], in DBI, 40, 1991, pp. 435-438.

²³ Una qualità già menzionata, ma non ancora valorizzata completamente in BMC 6, 792.

in un progetto tanto colto come erano la produzione di questo libro e la cultura umanistica. Ed io non avrei nessun motivo per parlarvene. Guardiamo allora meglio. I rami portano fiori e semi, che vediamo penzolare; sono inclusi in piccoli baccelli. Le foglie mostrano un aspetto particolare, sono sottili ed allungate quasi a forma di lancia. Il testo *sudavit et alsit* è intrecciato soltanto con essi; le iniziali degli stampatori sono poste su cartelli propri, ben separati. Queste informazioni, che la marca ci dà nell'esame approfondito, ci potrebbero far pensare a una pianta specifica, della quale vediamo quasi una raffigurazione botanica. Una pianta che suda. Sappiamo che alcune piante sudano – il sudore è il lattice, la gomma, che noi impieghiamo in molti modi. Questa qualità ci conduce a una descrizione di Plinio il Vecchio, che dice nella sua *Naturalis Historia*:

«L'acacia è famosa apresso gli egizi, perché dura anche nell'acqua e quindi è utilissima per la costruzione delle navi. [...] È una pianta spinosa con i semi in baccelli che come l'acido gallico servono per il trattamento del cuoio. Ha dei fiori con i quali si fanno belle ghirlande e che sono utili anche come medicina. Produce gomma; ma la cosa più utile è che la pianta, una volta abbattuta, dopo tre anni rinasce.»²⁴

I semi in baccelli, fiori e gomma – potrebbe essere l'albero cercato. Quindi vi propongo di vedere la marca come una raffigurazione dell'acacia, l'albero bello e utile che suda. Tra l'altro è un albero che conoscete benissimo. L'acacia egiziana oggi si trova in ogni giardino; i suoi rami vengono venduti sotto il nome un po'ingannevole di «mimosa». Comparando la marca con una raffigurazione moderna si capiscono bene le differenze nel disegno che si devono alla diversa cultura scientifica. Ma le parti essenziali e la parola chiave aprono oggi come allora una strada all'interpretazione – o almeno un sentiero. La marca ci mostra due rami di mimosa.

Riguardiamola. Ci ha posto il suo indovinello tramite il doppio significato della parola *sudare*. Leggendo soltanto il testo, si poteva capire che i due stampatori hanno fatto gran fatica stampando il libro col titolo allusivo di *Suda*. Guardando però bene ogni particolare dell'immagine e

²⁴ PLINIO, *Naturalis historia* 13, 63: «Nec minus spina celebratur in eadem gente dumtaxat nigra quoniam incorruptam etiam in aquis durat, ob id utilissima navium costis [...]. Aculei spinarum et in foliis, semen in siliquis, quo coria perficiunt gallae vice. Flos et coronis iucundus et medicamentis utilis. Manat et cummis ex ea; sed praecipua utilitas quod caesa anno tertio resurgit».

delle parole nel loro insieme, si poteva trovare un altro significato, un senso nascosto. Coll'aiuto della letteratura antica siamo riusciti ad interpretare la marca come segno dell'utilità e della bellezza, anche questo un concetto oraziano come lo era la citazione: *Omne tulit punctum qui miscuit utile dulci*, cioè «quello che unisce l'utile col bello sarà vincitore.» Il primo significato parla degli stampatori, che sudano, il secondo significato, preso dal simbolo della mimosa, parla del loro opera, che è utile in ogni sua parte come la mimosa, è bella e piacevole come i suoi fiori profumati. Secondo il mio parere, c'è anche un terzo significato nascosto, ma indovinabile per chi s'intende sia di letteratura antica che di simbologia cristiana. Plinio scrive: «la cosa più utile è che la pianta, una volta abbattuta, dopo tre anni rinasce.» La rinascita, specialmente la rinascita dopo un periodo di tre unità di tempo, siano giorni, mesi o anni, ricorda la risurrezione di Gesù al terzo giorno dopo la sua morte. Allora quest'ultimo significato ci dichiara che tutto il progetto affonda le sue radici nel cristianesimo come l'acacia egiziana, che ad imitazione di Gesù rinasce dopo tre anni.

Giovanni Bissolo e Benedetto Mangio appongono soltanto i propri nomi sotto questo bel problema. Non sappiamo quanto sia stato forte l'influsso del Calcondila. Può darsi che l'indovinello fosse una sua idea; può anche darsi che gli stampatori l'avessero portato con sé da Venezia, dove i concetti geroglifici in quel momento stavano per diventare di moda. Aldo Manuzio già ne parlava, già stampava il *Polifilo*.²⁵ Ma lui aspettò ancora fino al 1502 prima di pubblicare la sua marca.²⁶ Possiamo constatare che la marca di Bissolo e Mangio, nata forse nel clima culturale della casa di Aldo Manuzio, lo precedette di più di due anni. Era la prima marca umanistica italiana. Usata una volta soltanto sparì però dalla memoria comune.

²⁵ Aldo menziona la forma greca del motto, σπεῦδε βροδέω, nel luglio 1498 in una lettera a Marin Sanudo, ristampata e tradotta in C. DIONISOTTI-G. ORLANDI (Ed.), *Aldo Manuzio Editore. Dediche, prefazioni, note ai testi*, Milano, il Polifilo, 1975 (Documenti sulle arti del libro, 11), Nr. 15. *L'Hypnerotomachia Polifili* reca la data del dicembre 1499; i lavori cominciarono sicuramente prima dell'ottobre 1499. Cfr. F. COLONNA, *Hypnerotomachia Polifili*, a cura di M. ARIANI e M. GABRIELE, Milano, Adelphi, 1998, vol. 2, p. XCIX.

²⁶ [*Poetae Christiani veteres*], Venezia 1502; la prefazione è datata giugno 1502; la marca si trova nel secondo volume dopo l'introduzione (fol. 8v), cioè alla fine di quel fascicolo che veniva stampato come ultimo.

Tolomeo Gianicolo e Giangiorgio Trissino

Facciamo un passo in avanti di una generazione per esaminare la marca di Tolomeo Gianicolo da Brescia, stampatore a Vicenza, allora una città veneziana, ed a Venezia stessa. Non si sa quasi niente di lui; è un personaggio misterioso che scompare dietro il suo più grande autore, Giangiorgio Trissino, allievo del Calcondila di cui si parlava prima.²⁷ Nella storia della lingua italiana il Trissino viene menzionato come primo editore e volgarizzatore del dantesco *De vulgari eloquentia*. Qui come nelle altre opere da lui scritte o curate tentò con poca fortuna di arricchire la lingua italiana con lettere greche. Era un esercizio così difficile che anche il suo bravo stampatore alla fine vi rinunciò. Egli annotava:

Dinotando che li'errori di e, in cambio di e, e di o, in cambio di ω, e de l'altre lettere nuove non vi si sono posti, per non [-] essere esse lettere nuove [-] da ogniuno bene anchor cognite; ma chi le distinzion loro saperà, per sestesso potrà agevolmente a i luoghi loro rimetterle».²⁸

Sembra che il Trissino abbia proposto il suo stemma come marca tipografica al Gianicolo, che l'utilizzò in tutti i suoi libri, anche in quelli pubblicati probabilmente senza la collaborazione diretta del Trissino.²⁹ La marca possiede una struttura composta, già conosciuta nelle altre marche, di testo ed immagine. L'immagine mostra un gran serpente davanti ad un albero (Fig. 3). Vigilante e sibilante sembra fissare qualcuno a sinistra, che rimane invisibile. Dietro al serpente, c'è qualcosa nascosto

²⁷ Negli ultimi anni si è tentato di identificare lo stampatore o con Bartolomeo Zanetti o col Trissino stesso tramite un'argomentazione suggestiva, che a me però non risulta del tutto convincente. G. CASTELLANI, *Da Tolomeo Ianicolo a Bartolomeo Zanetti via Giovangiorgio Trissino*, «La Bibliofilia», 94, 1992, pp. 171-185; ID., *Da Bartolomeo Zanetti a Tolomeo Ianicolo via Guillaume Pellicier*, ivi, 96, 1994, pp. 1-13.

²⁸ GIANGIORGIO TRISSINO, *Poetica*, Vicenza 1529, fol. s1r (Venezia, BNM 85 D 51.4), qui citata in ortografia normalizzata senza i vocali trissiniani.

²⁹ Anche il Trissino se ne serviva in edizioni indipendenti dal Gianicolo, cioè la marca fungeva come marca personale per tutti e due. Il motto greco si trova anche in un'opera del Trissino, stampato dai Dorico a Roma. Cfr. F.M. GALANTE, *Edizioni di opere di Giangiorgio Trissino esposte in occasione del convegno*, in *Convegno di studi su Giangiorgio Trissino*, a cura di N. Pozza, Vicenza, Accademia Olimpica, 1980, pp. 227-274; l'edizione menzionata è la n. 35.

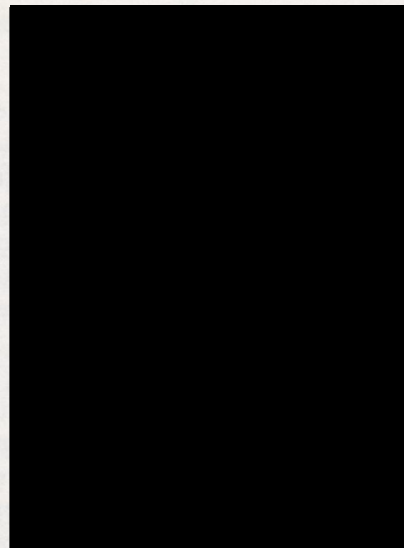


Fig. 3 – Tolomeo Gianicolo, 1529 [Dante, *De vulgari eloquentia*, Vicenza, gennaio 1529, titolo. Biblioteca Naz. Marciana 85 D 51.2].

nella corona dell'albero – un animaletto, quattro zampe, un po' di pelo. Il testo dice: πᾶν τὸ ζητούμενον ἄλωτόν. Il motto è preso da una tragedia di Sofocle, nella quale il brano appartiene al messaggio dell'oracolo per il re Edipo: «Uno può trovare tutto ciò che cerca. Nascosto e sconosciuto rimane soltanto quello che nessuno cerca». Sappiamo come la storia va avanti – Edipo si mette a cercare l'assassino del padre e trova se stesso.

Nella marca tipografica, il brano ci invita a cercare: cosa c'è di nascosto, cosa si deve conoscere a priori per esser capaci di trovarlo nella marca? Possiamo darle una nuova interpretazione cominciando esattamente dal punto più nascosto, cioè dal presunto animaletto sull'albero. La sceneggiatura ricorda un momento cruciale della mitologia greca: Giasone, prima di vincere il vello d'oro (che è vello di un montone) deve superare il drago vigilante. Apollonio Rodio, un poeta greco del terzo secolo avanti Cristo, ne ha dato una descrizione dettagliata:

Allora vedrete le torri di Eeta Citeo/ e il bosco ombroso di Ares, dove sopra la cima/ d'una quercia è disteso il vello, ed un drago/ prodigio

orrendo a vedersi lo veglia in ogni momento: / né giorno né notte il dolce sonno vince i suoi occhi spietati.³⁰

Si vede il serpente, che si può chiamare drago, dato che nessuno sa né sapeva come si dipinge un drago vero e proprio, e si vede l'albero col vello d'oro. La difficoltà della marca nasce dall'iconografia inconsueta che sembra di non trovarsi altrove. Manca Giasone, manca Medea, mancano tutti gli eroi per farci capire di che storia si tratti. Solo il vello nascosto, disteso nella chioma dell'albero, funge da segno rivelatore. Il testo «tutto ciò che si cerca, si trova» ci costringe a ritornare dal testo all'immagine. La marca gioca con la superficialità di noi spettatori.

Paragonando le tre marche esaminate fin adesso, si può constatare che questa più delle altre richiede la conoscenza della lingua e della letteratura greca sin dal primo passo. Il Gianicolo però stampò quasi soltanto libri in italiano, uno solo in lingua latina, nessuno in greco.³¹ Al contrario di Aldo Manuzio, Bissolo e Mangio, il Gianicolo si riferisce a conoscenze che non appartengono al suo proprio campo di produzione, ma alla cultura che da tutti veniva giudicata l'umanistica per eccellenza: la cultura greca. Gianicolo sceglieva esplicitamente questa cultura come punto di riferimento per la sua marca, anche se non esprimeva veramente la propria cultura. La marca del Gianicolo somiglia alle altre nella struttura bi-mediale di lettere ed immagine, nel carattere enigmatico e nell'uso delle lingue antiche. In tutte e tre la partecipazione di un umanista è ben visibile. In quella del Gianicolo, questa collaborazione salta maggiormente all'occhio; lui e il Trissino adottarono sia insieme che separatamente lo stesso simbolo.³² È visibile nei libri del primo ed in rilievo sui muri della

³⁰ APOLLONIO RODIO, *Argonautica* 2, 403-407 (sopra citato nella traduzione di Guido Paduano): πύργους εισώψεσθε Κυταιός Αιήταιο/ ἄλσος τε σκιοῖεν Ἄρεος, τόθι κῶας ἐπ' ἄκρης/ πεπτάμενον φηγοῖο δράκων, τέρας αἰνὸν ἰδέσθαι/ ἀμφὶς ὀπιπτεῦει δεδοκημένος· οὐδέ οἱ ἦμαρ/ οὐ κνέφας ἦδυμος ὕπνος ἀναϊδέα δάμναται ὄσσε.

³¹ Si conoscono una quindicina di libri dai suoi torchi, quasi tutti opere del Trissino o almeno da lui curate. Nel 1529 stampava un *epos* in latino di F. B. Caldagno sull'arte della medicina. L'elenco dei titoli in CASTELLANI, *Da Tolomeo Ianiculo*, cit.

³² Fino alla edizione settecentesca delle opere del Trissino (Verona 1729) si sapeva che il vello d'oro era da collegare sia coll'umanista Trissino che con i suoi libri e si aggiungeva la marca ancora ai libri. Sembra che solo dopo queste conoscenze si siano perse; nei repertori moderni della ZAPPELLA, *Le marche dei tipografi*, cit., e della VACCARO, *Le marche dei tipografi*, cit., non vengono più menzionate. Cfr. CASTELLANI, *Da Tolomeo Ianiculo* cit., p. 177.

Villa Trissino a Cricoli (Vicenza).³³ Sia come stemma dell'umanista che come marca tipografica il segno ricorda l'acutezza, la vigilanza, l'esame accurato necessario per fare un buon libro.

Abbiamo conosciuto delle strutture caratteristiche del primo '500. Abbiamo visto che tra l'anno 1499 (la *Suda* di Bissolo e Mangio), e l'anno 1529 (il *Dante* del Gianicolo), il modello non cambiò profondamente. Le conoscenze dell'antichità presero il loro posto nella società e innanzitutto nella pubblicità libraria del '500. Le tre marche consultate mostrano tratti caratteristici che molte marche del tempo hanno in comune: prendono come modelli monete antiche, come lo faceva Aldo Manuzio e più chiaramente il Pasquati a Padova;³⁴ si servono di immagini della mitologia classica – il vello d'oro del Gianicolo, e dopo di questo il ramo d'oro virgiliano, che utilizzano i Rampazzetto a Venezia;³⁵ rappresentano certi concetti come la Fatica di Bissolo e la Verità di Marcolini a Venezia.³⁶ La nostra cultura viene messa alla prova con citazioni tratte da Sofocle ed Orazio, da Ovidio, Virgilio e Sallustio.³⁷

Johann Setzer e Giovanni Farri

Si potrebbe continuare a lungo con la decifrazione delle marche tipografiche. Ma mi sembra più utile fare un ulteriore passo avanti, abbandonando per un attimo le città italiane per esaminare il mondo d'oltralpe. Negli anni Venti e Trenta del '500 si assiste a due avvenimenti in Eu-

³³ F. BARBIERI-P. PRETI (Ed.), *Storia di Vicenza* III/2, *L'età della Repubblica Veneta* (1404-1797), Vicenza, Neri Pozza, 1990, pp. 41-45 e tav. 19.

³⁴ VACCARO, *Le marche dei tipografi* cit., p. 147, Nr. 148.

³⁵ VACCARO, *Le marche dei tipografi* cit., p. 326, Nr. 440.

³⁶ VACCARO, *Le marche dei tipografi* cit., p. 302, Nr. 401; S. CASALI, *Gli annali della tipografia veneziana di Francesco Marcolini [...] prima integrale e fedele ristampa dell'unica rara edizione del 1861* a cura di A. Gerace, introd. di L. Servolini [...], Bologna, A. Gerace, 1953, VIII f e 19 f. Il primo esemplio a me conosciuto è del 1539 (ARETINO, *Sette salmi*, Venezia, BNM 193 D 445); Casali menziona già una edizione del 1536 (il suo no. 13: WILLAERT, *Cantus liber*).

³⁷ Baptista di Farfengo a Brescia inseriva già nel 1489 una citazione dalle *Tristie* d'Ovidio nella sua marca tipografica; Virgilio si trova nella marca soprannominata dei Rampazzetto. Sofocle, Orazio e Sallustio abbiamo letto nelle marche esaminate.

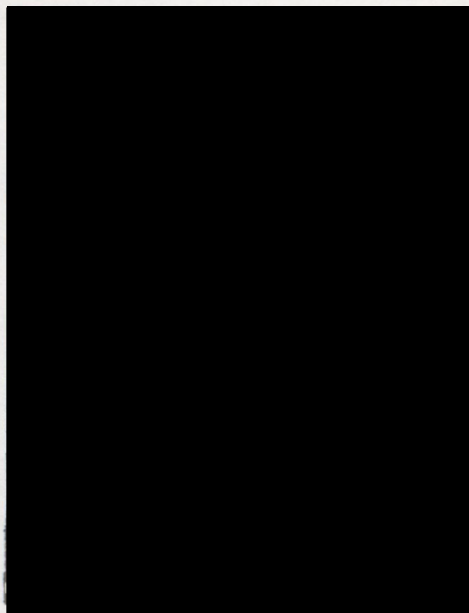


Fig. 4 – Johannes Setzer, 1525 [M. Lutero, *Epistolarum farrago*, Hagenau 1525, ultimo foglio, Herzog-August-Bibliothek Wolfenbüttel Yf 14(6) Helmst 8^o].

ropa, che per la stampa e specificamente per l'invenzione di nuove marche tipografiche sono ugualmente importanti, anche se tra di loro non ci sono legami stretti. Sono di carattere ben diverso. Innanzitutto c'è la riforma luterana, che dà una nuova dinamica alla produzione libraria, perché oltre alle edizioni famose della Bibbia si stampava una grande varietà di libri d'attualità, non molto costosi e scritti spesso in lingua volgare. Di conseguenza, il campo della produzione umanistica, che qui viene preso in esame, perde pian piano d'importanza. Poi, nell'anno 1531 esce l'*Emblematum libellus* del giurista milanese Andrea Alciato.³⁸ Nonostante il suo piccolo formato e le scarse pagine dà inizio a una moda che dominò tutto il secolo seguente, ossia la moda barocca degli emblemi. Da quegli anni in poi troviamo una sempre più ampia cultura visiva con maggiore

³⁸ Per la dipendenza di alcune marche (prevalentemente tedesche) dagli emblemi di Alciato nella seconda metà del '500 cfr. VOLKMANN, *Bilderschriften* cit.

possibilità di scelta dei motti ed emblemi personali, e constatiamo un ritmo accelerato nella produzione dei libri, prevalentemente nei paesi tedeschi e francesi.

Si capisce bene che questi cambiamenti fanno effetto anche sul piccolo campo delle marche tipografiche. Fino agli anni Venti, i libri italiani fungevano da modelli ammirati per la tipografia del nord. Abbiamo visto alcune contraffazioni della marca veneziana di Aldo Manuzio. Da allora, la situazione lentamente cambiò. L'arte tipografica, la xilografia e quindi anche l'arte della marca nei paesi d'oltralpe crebbero in numero e bellezza. Da allora si notano dei fenomeni di ricezione sia sul livello grafico che su quello concettuale nella direzione opposta, dal nord verso l'Italia. Come ultimo esempio, vi voglio mostrare una marca, che, nata in Alsazia, venne ripresa – ma anche rielaborata – a Venezia negli anni quaranta.

Johann Setzer, prima di occuparsi di tipografia, studiò medicina e fu allievo dell'umanista e riformatore Melanchthon.³⁹ Fu un gran ammiratore di Aldo Manuzio; seguendo l'esempio aldino chiamò la sua casa editrice «Neacademia», cioè un luogo di vita comune sotto il segno dello studio e della scienza. Come Aldo stampò gli autori classici greci e latini. La sua marca tipografica mostra l'antico dio Giano, Dio della prudenza, che con le sue due facce vede sia il passato che il futuro e che sa sfruttare le conoscenze del passato per l'avvenire (Fig. 4). Su questa marca, c'è soltanto la sua testa con i due visi in uno scudo fiorito ed ornato.⁴⁰ Il dio con la testa alzata, gli occhi aperti e lo sguardo diritto sembra un uomo maturo e riflessivo. Non si sa con quale libro la marca sia passata in Italia;

³⁹ J. BENZING, *Die Buchdrucker des 16. und 17. Jahrhunderts im deutschen Sprachgebiet*, Wiesbaden, O. Harrassowitz, 1963 (Beiträge zum Buch- und Bibliothekswesen, 12), Hagenau 3 (con bibliografia); K. STEIFF, *Johannes Setzer (Secerius), der gelehrte Buchdrucker in Hagenau*, «Zentralblatt für Bibliothekswesen», 9, 1892, pp. 297-317; 10, 1893, pp. 20-22.

⁴⁰ Già dal primo libro (1523) Setzer aveva utilizzato un Iano a piena figura. La marca della testa bicipite si trova con alcune variazioni sino da 1525. È suggestivo immaginare una fonte unica del Farri per il motto di Luciano e il modello grafico della marca che stava per creare nella edizione di Luciano che Setzer stampò in 1526 e che alla fine del secondo volume reca la marca sopra descritta (Venezia, BNM 110 D 200, fol. QQQ4r). – P. HEITZ-K. A. BARACK, *Elsässische Büchermarken bis Anfang des 18. Jahrhunderts*, Strassburg, Heitz, 1892 (ristampato Naarden 1984), tav. 70, 6 (Iano a piena figura, senza i motti che di solito l'accompagnano) e tav. 69-71 (lo scudo con la testa e altre variazioni).



Fig. 5 – Giovanni Farri, 1542 [Laskaris, *Erotemata*, Venezia 1542, titolo, Biblioteca Naz. Marciana 41 C 160].

c'erano tante possibilità. Il traffico dei libri si svolgeva con grande intensità da Strasburgo e Basilea verso Milano e Venezia. Il libraio Francesco Giulio Calvo, amico dell'Alciato, in questo periodo si fece pervenire da Basilea una cinquantina (!) di esemplari degli *Adagia* di Erasmo più altri 500 libri, stampati a Basilea e in Alsazia.⁴¹ Una delle tante carovane probabilmente portò con sé un libro con la marca di Setzer, perché qualche anno dopo si trova una marca molto simile a Venezia nella casa editrice dei Farri (Fig. 5).

Sulla sua marca si vede lo stesso tipo di scudo ornato e una testa a più faccie. Come da Setzer, due teste sono raffigurate di profilo; la linea di contorno è quasi uguale in tutte e due le marche. Anche le faccie stesse hanno una certa somiglianza: c'è la barba a riccioli, gli angoli della bocca tirati in giù, il naso lungo e forte, lo sguardo diritto, l'aspetto di un'uomo maturo. Propongo di guardare la marca di Setzer come modello grafico per la marca del Farri. Si devono però constatare alcune differenze. Prima

⁴¹ F. BARBERI, *Francesco Giulio Calvo*, DBI, 17, 1974, pp. 38-41. F. HIERONYMUS, *Annotationes Erasmi*, «Gutenberg-Jahrbuch», 64, 1989, pp. 116-135.

di tutto, la nuova marca non mostra due faccie, ma tre. Vanno bene anche loro come simbolo della Prudenza, poiché anche questa testa può vedere in ogni direzione: il concetto rimane intatto. Ma la marca non funziona più come raffigurazione del dio Giano, che non ha mai tre faccie. Giano servì come modello grafico, come sottofondo di un concetto generale, ma nei dettagli la nuova marca ha scelto un'altra direzione. Dalla mitologia classica si conosce un uomo con tre faccie: è il gigante Gerione, uno dei famosi nemici di Ercole.⁴² Nel mito non figura come personaggio simpatico, non è un carattere idoneo alla pubblicità. Ma il Farri sembra conoscere un dialogo dell'antico scrittore Luciano, che corregge questo concetto negativo, dicendo:

Due o tre amici che stanno insieme somigliano all'immagine del Gerione come lo mostrano i pittori. È un uomo con sei mani e tre teste. Credo che il cosiddetto Gerione in verità fossero tre uomini, che facevano tutto insieme – così come si deve tra amici.⁴³

Luciano ha dato un'interpretazione giocosa e inedita della figura del gigante. Con questo significato positivo il Gerione può essere benissimo inserito nella letteratura umanistica, nella quale la lode dell'amicizia teneva una posizione centrale.⁴⁴

Farri combinò la prudenza del dio Giano con l'amicizia raffigurata dal Gerione. L'unione di questi due concetti, che qui sembra trovarsi per la prima volta, viene sottolineata tramite il motto. Preso da Sallustio, il testo dice: «quando c'è concordia, anche le piccole cose crescono.» Le tre

⁴² Per la tradizione antica cfr. E. VISSER, *Geryoneus*, in *Der neue Pauly, Enzyklopädie der Antike*, ed. H. Cancik-H. Schneider, vol. 4, Stuttgart, G.B. Metzler, 1998, pp. 981-982 (con bibliografia).

⁴³ LUCIANO, *Toxaris, vel Amicitia* 62: τοιοῦτόν τι γὰρ ἐστὶ ξυνελθόντες δύο ἢ τρεῖς φίλοι, ὅποῖον τὸν Γηρύονην οἱ γραφεῖς ἐνδείκνυνται, ἀνθρώπων ἐξάχειρα καὶ τρικέφαλον. ἐμοὶ γὰρ δοκεῖν, τρεῖς ἐκεῖνοι ἦσαν ἅμα πράττοντες πάντα ὥσπερ ἐστὶ δίκαιον φίλους γε ὄντας. Farri stampò una edizione di Luciano nel 1541, che però non sono riuscita a controllare. Utilizzò la sua marca per la prima volta – per quanto io sappia – nell'anno seguente (LASKARIS, *Erotemata*, Venezia 1542; Venezia, BNM 41 C 160).

⁴⁴ La corona che si vede nella marca si spiega tramite una tradizione tardoantica che identifica Gerione col re di Spagna; così dice anche Perotti nella sua *Cornucopia: sed veritas historiae habet Geryonem in ea parte Hispaniae quae etiam insulis constat, regem fuisse, duosque habuisse fratres simili modo Geryones dictos*. (Venezia, Aldo, 1499; Venezia, BNM Ald. 50, p. 343, 28f.)

faccie su un corpo solo fungono da simbolo della concordia che è il fulcro della vera amicizia. L'amicizia nasce sia dal sentimento che dalla prudenza, che guarda il passato e il futuro. Si vede dunque una lode all'amicizia nel senso più completo della parola. Sulla base della vecchia immagine del dio Giano, il Farri crea una marca che, alludendo ancora alla prudenza, si allaccia a concezioni di stampo più umanistico.

Sembra che la sua invenzione poco dopo venisse già scelta come modello per un'emblema dell'Alciato. La cultura barocca degli emblemi, che sta per nascere in questo periodo, accoglie molti spunti dalla cultura già ben sviluppata delle marche tipografiche. Vediamo come ultimo l'emblema dell'Alciato che fa vedere Gerione come simbolo della concordia insuperabile.⁴⁵ Alciato fece dipingere la figura completa; nel centro della sua attenzione c'è il corpo armato con lo scudo, la lancia ed il ferro. La sua concordia mostra più aspetti militari e perde il suo aspetto decisamente umanistico.

En passant il Farri ci aveva dimostrato la sua cultura come editore di libri scolastici di greco nella traduzione del brano sallustiano in lingua greca. Altrove lui chiama le sue traduzioni un *magister mutus*, «maestro muto» che aiuta allo studio.⁴⁶ Qui, per gioco, traduce un brano latino in lingua greca, una traduzione che serve soltanto al piacere di noi lettori. Testo ed immagine della sua marca si fondano sulla cultura antica, sono legati a quella coeva e probabilmente a una marca concorrente, ma sono nuovi per l'ampliamento del loro significato, per la combinazione di due concetti prima separati e per la padronanza della lingua greca.

A questo punto – verso la metà del secolo – la tradizione delle mar-

⁴⁵ ALCIATO, *Emblematum libellus*, emblema *concordia insuperabilis* (incorporata dalla edizione di Parigi 1542; si trova anche nella veneziana di 1546): «Tergeminos inter fuerat concordia fratres./ tanta simul pietas mutua, et unus amor:/ invicti humanis ut viribus ampla tenerent/ regna, uno dicti nomine Geryonis».

⁴⁶ Nella sua edizione di Esopo in greco e latino, Venezia 1542 (Venezia BNM 33 D 250) scrive: «Nec libet quibusdam hodie in Academiis versari, ubi sunt publici Graecarum literarum professores, propter ingens istud dissidium, quod magnam orbis partem, sed praecipue gymnasia affligit, bonis studiis omnibus internicionem minitans, nisi melior deus aliquis succurat. Talibus igitur qui domi suo, quod aiunt, Marte aliquid Graecicae eruditionis comparare volunt, muti magistri vice erit Latina versio». Stampò almeno tre opere per imparare il greco, quello del Laskaris (1542), del Crisolora (1542) e del Gabriele (1545).

che tipografiche s'unisce con quella degli emblemi. Dalla loro cultura bi-mediale nasce un ampio fiume di reinterpretazioni dell'antichità che potrebbe benissimo fungere da tema per un'altra conferenza.⁴⁷

⁴⁷ L'articolo si fonde su una conferenza tenuta all'Università di Genova nell'aprile 1999. Desidero ringraziare vivamente la professoressa Anna Giulia Cavagna: senza il suo sostegno morale e scientifico questo testo non si sarebbe mai realizzato. Inoltre, vorrei ringraziare due colleghi amburghesi, Marina Molin Pradel e Paolo Pieroni, che hanno fatto di tutto per migliorare il mio italiano. Un grazie anche al Centro tedesco di Studi Veneziani per avermi dato la possibilità di concludere questa ricerca.