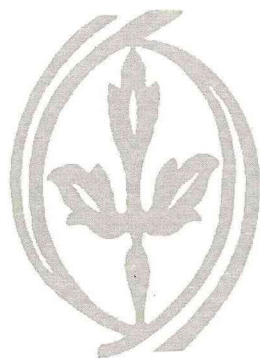


CRISOPOLI

BOLLETTINO
DEL
MUSEO BODONIANO
DI PARMA



16 - 2014/2017
[NUOVA SERIE III]

Factotum

Johann Lorenz Haf e un cliché diventato marca tipografica

I ricercatori europei in generale non mostrano grande interesse nella pubblicazione sistematica e nell'analisi delle marche editoriali e tipografiche dei secoli XVIII, XIX, XX⁽¹⁾. Nonostante ciò, si può menzionare una sola eccezione, cioè la persona di Reinhard Würffel, recentemente scomparso, che ha raccolto numerose marche tedesche dei secoli XIX e XX, e precisamente 2.800 marche nell'anno 2000 e 11.000 marche nel 2010⁽²⁾. Egli, però, non ha indicato le fonti delle marche, e nemmeno le loro dimensioni precise.

Quest'indifferenza dei ricercatori per il periodo moderno da una parte riflette la paura dell'immensa quantità di dati prevista, e dall'altra un giudizio critico basato su conoscenze superficiali (cioè su preconcetti). Per esempio, la nota dottoressa Annemarie Meiner ha affermato che le marche dei secoli XVIII e XIX sono «prive di significato e senza nessun valore artistico», «di peggiore qualità», «meramente riproduzioni di marche antiche», «soltanto delle decorazioni», «prive di stile e di buon gusto»⁽³⁾.

Ma siamo assolutamente sicuri che si tratti di una decadenza? Il vero dovere di un ricercatore non è giudicare, ma osservare e descrivere i fenomeni, magari anche riconoscere gli eventuali motivi per cui si verificano. Questo soggetto non può allora essere esplorato esclusivamente in un quadro nazionale, ed è essenziale che la discussione si ampli a livello internazionale poiché un elemento iconografico o una nuova tecnica di illustrazione non possono ridursi entro dei confini geografici. La distanza tra il luogo dove viene usato l'originale di una marca e quello dove si ritrova una sua copia è talvolta veramente grande, come ho chiarito in un precedente studio.



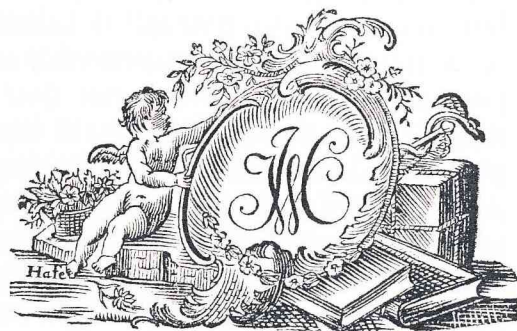
1. - Marca tipografica di Anton Löwe (Pozsony, 1778-83).

Questa volta però vorrei mettere in rilievo un altro fenomeno: l'uso dei *cliché* come marche editoriali e tipografiche. Il mio punto di partenza è una marca editoriale ungherese che dimostra come i librai stabiliti in Ungheria nei secoli XVIII e XIX abbiano adoperato le loro innovazioni tecnologiche quasi contemporaneamente all'industria del libro tedesco.

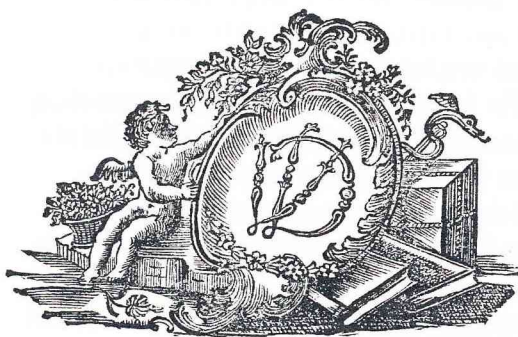
Si tratta di una marca editoriale di Anton Löwe in Pozsony (oggi Bratislava, Slovacchia) usata tra gli anni 1778 e 1783⁽⁴⁾ e rappresenta un angelo alato che tiene una conchiglia in stile rococò; accanto a lui c'è un cestino di fiori, davanti ai suoi piedi un fiore caduto per terra e la firma *Hafe*. Al centro della conchiglia si trova il motto *Ingenio & Labore* (con senso e con lavoro), a destra compaiono un caduceo, dei libri e grandi imballaggi che alludono al commercio dei volumi. Si nota a prima vista che le lettere non formano una parte organica dell'incisione sulla matrice di legno, ma sono state inserite successivamente da un abile tipografo. Quest'affermazione è ribadita anche dalla presenza di una conchiglia vuota a Gottinga sul frontespizio di un libro pubblicato dalla vedova di Van den Hoeck nel 1776⁽⁵⁾. Cercando altre occorrenze dell'immagine – un'impresa abbastanza difficile, dovuta alla mancanza dei cataloghi tedeschi dell'epoca – possiamo trovare parecchi esempi dello stesso periodo. Johann Conrad Wohler⁽⁶⁾, a Francoforte e a Lipsia (1774), la usa con il monogramma *ICW*; Vincent Dederich⁽⁷⁾ a Bamberg (1780) inserisce le iniziali *VD* del suo nome nella conchiglia; Johann Henrik Kühnlin⁽⁸⁾ a Helmstedt (1781) usa semplicemente una lettera *K* puntata, mentre Johann Christian Hendel⁽⁹⁾ ad Halle (1790) rappresenta di nuovo il suo monogramma. Da ultimo l'incisione compare di nuovo in Ungheria, precisamente nel 1804 presso Mihály Landerer, proprietario di due tipografie, una a Pozsony e una a Pest⁽¹⁰⁾. Questa volta nella



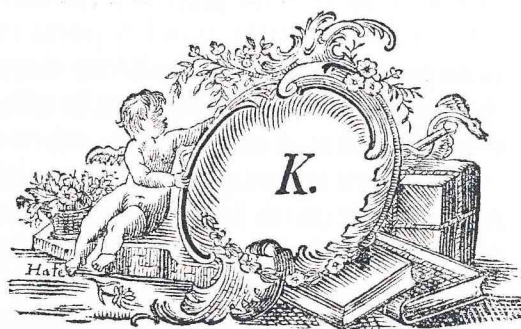
2. - Marca tipografica della vedova di Van den Hoeck (Gottinga, 1776).



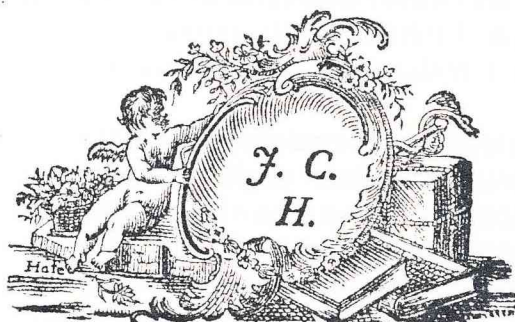
3. - Marca tipografica di Johann Conrad Wohler (Francoforte-Lipsia, 1774).



4. - Marca tipografica di Vincent Dederich (Bamberga, 1780).



5. - Marca tipografica di Johann Henrik Kühnlin (Helmstedt, 1781).



6. - Marca tipografica di Johann Christian Hendel (Halle, 1790).



7. - Marca tipografica di Mihály Landerer (Pozsony-Pest, 1804).

conchiglia tenuta dall'angelo possiamo leggere un motto in latino: *Dii laboribus omnia vendunt* (gli dèi danno tutto in cambio del lavoro). Mentre le iniziali presentate in precedenza identificavano i loro proprietari, qui possiamo invece dubitare per quello che riguarda il carattere personale della marca. Solamente per un istante, però, perché ritroviamo le stesse parole in latino sul ritratto (inciso in rame per Johann Georg Mansfeld dopo il 1795) del padre del tipografo, János Mihály Landerer (1725-95)⁽¹¹⁾. Quindi il motto non venne usato per caso neanche dal figlio, Mihály Landerer (1760-1807).

Le stesse dimensioni e lo stesso taglio indicano che quest'incisione fu utilizzata da parecchi editori e tipografi nel corso di trent'anni e in una zona geografica abbastanza vasta dell'Europa. Possiamo escludere la possibilità di un'incisione originale in legno poiché da una parte la matrice non avrebbe potuto essere passata da un proprietario all'altro in un tempo così breve, e dall'altra un uso tanto intensivo avrebbe danneggiato la matrice ed i segni dell'usura sarebbero stati visibili su di essa. Quindi non si tratta di un'incisione tradizionale in legno, ma della sua riproduzione stereotipata.

A quell'epoca esistevano almeno due tecniche per realizzare un'alta stereotipia. Con la prima, l'incisione originale veniva inquadrata in una cornice, unta d'olio, e poi coperta con gesso liquido. Dopo un tempo di essiccazione relativamente breve il negativo veniva separato e completamente essiccato ad una temperatura alta. Nella fase successiva si potevano ricavarne i *cliché* fusi in metallo, che costituivano copie perfette dell'originale.

Un'altra tecnica consisteva nel tenere l'incisione in legno sopra un recipiente pieno di lega tipografica riscaldata. Quando il calore della lega diminuiva, l'incisione rimaneva impressa nel metallo, creando così un negativo ben delineato; una volta freddo, il negativo veniva pulito e il processo poteva essere ripetuto, producendo così le copie dell'originale. Uno dei primi a descrivere la tecnica era stato Johann Michael Funcke⁽¹²⁾ nel 1740, tuttavia essa veniva probabilmente già usata prima. La somiglianza tra l'impronta del *cliché* e quella dell'incisione in legno originale generalmente rende quasi impossibile discernere l'una dall'altra, eccetto in un caso molto fortunato. I bordi delle incisioni in legno venivano generalmente rasati ad angolo acuto, così da non permettere loro di lasciare qualsiasi traccia sul foglio. I *cliché* sono invece delle lastre sottili di metallo inchiodate su matrici piuttosto spesse di legno: se accidentalmente i margini della lastra, oppure la testa di un chiodo, venivano verniciati, potevano lasciare delle impronte indesiderate durante la stampa. Probabilmente possiamo scorgere una traccia di questo tipo in basso a destra sulla marca della vedova di Van den Hoeck.

Questa tecnica permetteva la produzione praticamente illimitata dei *cliché*, e la possibilità veniva ampiamente sfruttata dagli imprenditori dell'epoca. Nei libri del Settecento si trovano innumerevoli decorazioni, intestazioni e capilettera che non furono prodotti da incisori locali, ma al contrario erano comprati da una delle famose fonderie allora attive. A partire dagli anni Ottanta del Settecento, la produzione e la vendita massiva dei *cliché* si diffusero enormemente in Europa. La tecnica venne così chiamata *clichage* oppure *polytypage* in francese, *abklatschen* in tedesco,

dabbing in inglese, e il prodotto stesso era denominato *cliché*, *polytype*, *Abklatsch* oppure *dab*. Il termine *cliché* passò in seguito anche nel linguaggio comune, definendo delle frasi o dei concetti ripetuti innumerevoli volte.

Molti editori e tipografi pratici di quell'epoca sfruttarono immediatamente le possibilità dei *cliché* stereotipati: diventò infatti molto più facile e più veloce inserire un monogramma o un motto in una cornice adatta, rispetto al far disegnare una marca tipografica individuale da un maestro incisore in legno o in rame. Ma oltre agli esempi presentati finora, durante il Settecento e l'Ottocento possiamo trovare tante marche «modificate a gusto». Le fonderie producevano i *cliché factotum* anche a questo scopo e tutti questi avevano un'area interna vuota dove il cliente poteva mettere ciò che desiderava. Il significato della parola *factotum* (uno che si occupa di tutto, che fa tutto) descrive perfettamente come un *cliché* del genere fosse adatto a ogni esigenza. È comunque interessante il fatto che nei grandi dizionari non appare il senso tipografico della parola.

Ma torniamo al nostro punto di partenza. Chi può essere stato il maestro del *cliché* usato così tanto in Germania e in Ungheria? Chi si nasconde dietro la sigla *Hafe*, che appare sotto tante intestazioni⁽¹³⁾ e decorazioni tipografiche⁽¹⁴⁾?

Abbiamo visto che i suoi prodotti erano molto diffusi in Europa, quindi possiamo presumere che fosse un imprenditore di grande successo. Nonostante ciò, abbiamo pochissimi dati a disposizione sulla sua vita e suo lavoro⁽¹⁵⁾. Il suo necrologio⁽¹⁶⁾, le enciclopedie coeve⁽¹⁷⁾, posteriori⁽¹⁸⁾ e moderne⁽¹⁹⁾ ci consentono di sapere soltanto che Johann Lorenz Haf nacque nel 1737 nello Schwäbisch Hall, nella provincia di Baden-Württemberg. Studiò l'arte dell'incisione in legno e successivamente lavorò a Lipsia, poi dal 1769 si stabilì a Berlino. Tra altre attività creò e vendette anche delle silhouettes, ma il suo lavoro più importante fu l'illustrazione del libro *Natur-Geschichte der vierfüßigen Thiere für Kinder und auch Erwachsene* (Berlino, 1792) scritto da lui stesso. Soltanto l'enciclopedia di Georg Kaspar Nagler⁽²⁰⁾ menziona le sue decorazioni di stile rococò, ma anche questo studioso conosce soltanto le sue sigle *H.f.* e *H.* (queste sigle sono altrettanto diffuse nei libri pubblicati nell'ultimo terzo del Settecento). L'artista e imprenditore Haf morì all'età di 64 anni, nel 1802. Forse è opportuno ricordarsi di lui presentando una delle sue incisioni di successo, trasformata in seguito in un prodotto ben vendibile.

MELINDA SIMON

Presentazione di <i>Andrea De Pasquale</i>	p. 9
 <i>Bodoniana</i>	
Un inedito riferimento a una fonte del <i>Padre nostro</i> bodoniano di <i>Milena Contini</i>	15
Bodoni tra Rothschild e Hayez Salomone de Parente collezionista europeo di <i>Michela Messina e Simone Volpato</i>	21
 <i>Ad libros</i>	
«Marchiare» la rinascita della conoscenza La Tipografia Accademica di Lovanio e il rinascimento della tipografia (1759) di <i>Pierre Delsaerdt</i>	59
La stamperia del Seminario Tuscolano (1784-1802) di <i>Luca Polidoro</i>	75
<i>Factotum</i> Johann Lorenz Haf e un <i>cliché</i> diventato marca tipografica di <i>Melinda Simon</i>	105
 <i>Attività del Museo Bodoniano</i>	
Cronaca 2014-16	115
