

kronotipo de aldomanucio

ISSN 1886-3515

2008

n.º 9

	
	Públicos
Instalación / Performance Artes visuales	Autoría y escritura
Diseño artístico y gráfico de libros	Biología de la lectoescritura
Retrato de lector	Entrevista al bibliotecario
	Datos del mercado

PÚBLICOS

público **lector**
público **espectador**
público **interlocutor**
público **receptor**
público **comprador**

«Entenderemos de manera más concreta el concepto de público o beneficiario cultural si lo precisamos como una parte de la cadena triádica formada por la Producción cultural, la Distribución cultural y el Consumo cultural.

Así, llamaremos consumidores culturales a las personas a quienes va dirigido el producto, con la certeza de que el término nos permitirá entrar en nuestro análisis y observar las variables de los públicos como verdaderos interlocutores culturales.

Hablar de consumidores culturales nos obliga a entender que habrá tantos y tan diversos como la formación cultural de los individuos presentes. **No podemos referirnos a un concepto único de público sin comprender las acciones de diversidad cultural y contexto que forman a cada grupo».**

Othón Téllez, *Públicos: consumidores culturales*

«Pasando a otra cosa: se dice de mí que escribo mal. Es posible. De cualquier manera, no tendría dificultad en citar a numerosa gente que escribe bien y a quienes únicamente leen correctos miembros de su familia».

En este caso, la cita descubre una ecuación que traza con claridad meridiana la concepción acerca de la tarea del escritor que animaba la experiencia literaria de Roberto Arlt: escribir “mal” es a un público masivo lo que escribir “bien” es a un público inexistente.

O en otros términos: si a una literatura la convalida y refrenda su aceptación por parte del público lector, es más valiosa aquella capaz de llegar a ese público amplio que aquella que no llega a ninguno, aun cuando se invista con los valores de la bondad. Y la literatura que puede llegar a un público importante, masivo, es necesariamente la que utiliza el idioma hablado por él. Por ello, Arlt reivindica la experiencia de una serie de autores que han procedido históricamente de esa manera, entre los que incluye a Villon, Quevedo, Cervantes, Richepin o Charles Louis Philippe.

Y por las mismas razones, puede recordar seguidamente que “vez pasada, en *El Sol* de Madrid apareció un artículo de Castro hablando de nuestro idioma para condenarlo. Citaba a Last Reason, lo mejor de nuestros escritores populares, y se planteaba el problema de a dónde iríamos a parar con este castellano alterado por frases que derivan de todos los dialectos”. A lo que Arlt responde repitiendo la pregunta: “¿A dónde iremos a parar? Pues a la formación de un idioma sonoro, flexible, flamante, comprensible para todos, vivo, nervioso, coloreado por matices extraños y que sustituirá a un rígido idioma que no corresponde a nuestra psicología”. Sería imposible definir con más precisión los atributos que una lengua literaria argentina debe poseer en la perspectiva de Arlt, ya que son los mismos que caracterizan al idioma popular rioplatense».

Roberto Retamoso, «Lenguaje y escritura en Roberto Arlt», *La Trama de la Comunicación. Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación* [Universidad Nacional de Rosario], vol. 8 (2003).



Silvio de Gracia, *Beyond the Pale* (2006). Performance.
Rencontre Internationale d'art Performance (RIAP), Inter Le Lieu, Québec, Canada.

«Asignatura de Psicología de la Lectura: Presentación»

Laboratorio de Psicología del Lenguaje de la Universidad de Murcia

Sitio web del laboratorio. Publicado por Javier Marín Serrano.

La psicología de la lectura se ocupa de describir y explicar los mecanismos que subyacen a la habilidad para comprender textos escritos y el proceso de adquisición de dicha habilidad. Con los conocimientos obtenidos buscamos mejorar la eficiencia de los mecanismos de comprensión lectora y ayudar a resolver los problemas que pueden presentarse en el proceso de aprendizaje de la lectoescritura.

El marco epistemológico en el que se encuadra la disciplina es la psicología cognitiva y experimental. Esto significa que tratamos de establecer el conjunto de representaciones y procesos mentales que mejor explican el éxito y fracaso en el intento de acceder al significado de un texto escrito. Para postular tales procesos y representaciones recurrimos principalmente a la experimentación y la observación controlada.

Los estudios recientes, muy abundantes en las últimas décadas, muestran que el aspecto básico que tiene mayor poder unitario para explicar el complejo fenómeno de la comprensión lectora está asociado a los mecanismos de identificación de palabras escritas. Aquellos lectores que presentan problemas para comprender los textos (descartada la existencia de un déficit general de carácter lingüístico o intelectual) sistemáticamente presentan un bajo nivel de eficacia en el reconocimiento individual de palabras escritas.

Los alumnos que deseen superar la asignatura deberán:

- _ Conocer los principales problemas teóricos actuales respecto al origen y naturaleza de la habilidad lectora
- _ Conocer los principales fenómenos experimentales asociados al reconocimiento visual de palabras y los modelos teóricos propuestos para dar cuenta de los procesos que subyacen a dichos fenómenos
- _ Conocer los fundamentos del modelo de doble ruta para el reconocimiento de palabras y los datos objetivos en los que se apoyan
- _ Ser capaces de relacionar los datos experimentales con los postulados teóricos elaborados para explicarlos
- _ Ser capaces de distinguir entre explicaciones científicas de los fenómenos asociados a la lectura y otro tipo de explicaciones acientíficas, comunes en el pensamiento lego sobre la materia
- _ Ser capaces de desarrollar procedimientos objetivos de investigación para aproximar el estudio de algún fenómeno del comportamiento lector

La psicología de la lectura es la parte de la psicolingüística que pretende estudiar los mecanismos que subyacen al procesamiento lector, su adquisición y sus trastornos. La óptica que se adopta se sitúa plenamente en el marco de la psicología cognitiva.

¿Moldea el lenguaje al pensamiento?

Los humanos se comunican entre ellos utilizando un enorme conjunto de lenguas, y cada lengua difiere con la otra en innumerables aspectos (desde las diferencias obvias de pronunciación y vocabulario hasta sutiles diferencias gramaticales). Por ejemplo, para decir «el elefante se comió los maníes» en inglés debemos incluir el tiempo —el hecho de que el evento ocurrió en el pasado.

En mandarín e indonesio, indicar cuando ocurrió el evento es opcional, y no puede estar incluido en el verbo. En ruso, el verbo debe incluir tiempo y además si quien comió el maní era hombre o mujer, y si se comió todos los maníes o sólo algunos. En turco, por otra parte, habría que distinguir si se lo vio comer los maníes o si se escuchó la historia. Parece que las personas que hablan diferentes lenguas tienen que tomar y codificar aspectos sustancialmente distintos del mundo para utilizar correctamente su lengua. ¿Estos rasgos del lenguaje afectan el modo en que los hablantes piensan sobre el mundo? ¿Los hablantes del Inglés, Mandarín, Ruso y Turco terminan prestando atención, analizando y recordando sus experiencias de modo diferente simplemente porque hablan lenguas distintas?

La idea de que el pensamiento está determinado por el lenguaje está comúnmente asociada a los escritos de Benjamín Lee Whorf. Whorf, impresionado por la diversidad lingüística, propuso que las categorías y distinciones de cada lengua contienen un modo de percibir, analizar y actuar en el mundo. En la medida en que los idiomas difieren, también sus hablantes deberían diferir en cómo perciben y actúan en situaciones objetivamente similares. Esta fuerte postura Whorfiana —que el pensamiento y la acción están enteramente determinadas por el lenguaje— ha sido abandonada hace tiempo en el campo. Sin embargo, responder con versiones menos determinísticas a la cuestión de si el pensamiento está moldeado por el lenguaje ha probado ser una tarea muy difícil. Algunos autores han aportado evidencia en sentido afirmativo, mientras que otros lo hacen en sentido negativo.

Recientemente, la investigación sobre la relatividad lingüística ha vivido un considerable resurgir, y mucha evidencia nueva acerca de los efectos del lenguaje sobre el pensamiento se ha vuelto disponible. Este capítulo comenta bastantes líneas de evidencia acerca de los efectos del lenguaje en la representación del espacio, tiempo, sustancias y objetos.

Lera Boroditsky (MIT), *Relatividad lingüística*,
traducción de Manuel Ignacio Arias y María Josefina Irigoyen





Brian Belott, *Books, books, books, books, books, books, and books* (2005-07).
Museum of Modern Art, Nueva York.

«Con los cinco sentidos prestos. Profesionales de la información y TIC atentos a las demandas de conocimiento de las zonas rurales»

Gabriela Hidalgo, encargada del Centro de Información y Archivo del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) en Perú

Publicada en *Alexandria. Revista de Ciencias de la Información*, n.º 6 (2007).

¿Cómo nace tu interés por los temas rurales?

Fue a raíz uno de los cursos que llevé en la facultad, «Servicios de la información a la comunidad». A través de este curso tuvimos información sobre el proyecto en Cajamarca, así nos contactamos directamente con la gente de allá, quienes nos recibieron de muy buen ánimo. Nosotras en ese tiempo estábamos muy vinculadas con servicios de información más especializados y dirigidos a un entorno urbano.

Sin embargo, en Cajamarca vimos que todo era diferente a lo visto en teoría, la extrema pobreza y lo más resaltante era que la propia comunidad campesina era la que promovía la biblioteca. Luego de esto fue que me animé a hacer la tesis basada en el significado de capacitar a bibliotecarios rurales en Cajamarca. Luego incorporé el tema agrícola lo que también tenía que ver con zonas rurales ya que lo que buscaba era brindar información a zonas con acceso limitado.

Actualmente, ¿cómo percibes el desarrollo de la sociedad de la información en el entorno rural?

Creo que el acceso a la tecnología ha marcado un nuevo rumbo por las posibilidades que brinda. Varios colegas de mi época ahora están concentrados en lo que son las TIC, por todo lo que significa el acceso a zonas rurales en las que antes no había conectividad. A partir de ello se proveen de una serie de iniciativas partiendo de las personas que están más enteradas de los trámites y luego hay toda una línea de trabajo en torno a las TIC, es aquí donde se ve claramente la importancia del rol del profesional de la información.

¿Cómo se hace un trabajo de Gestión del Conocimiento en zonas rurales?

Las soluciones deben partir de la propia gente, para empezar mucho del conocimiento en esas zonas es marcadamente oral, está basado en tradiciones, es difícil documentar este conocimiento y esto desde ya es un reto.

La propia comunidad, con algo de orientación, debe encontrar sus propias soluciones para documentar o registrar su información. Tenemos que lograr que los pobladores del entorno rural tomen las iniciativas, que gestionen su propio conocimiento, con el objetivo de lograr sostenibilidad, porque si creamos una dependencia entonces una vez que nos vayamos o que pensemos que les hemos dado la solución, todo se acabará.

Lo importante es que aprendan a valorar sus tradiciones, todo ese conocimiento ancestral que ellos tienen. Me atrevería a decir que primero implica un aprendizaje por parte de nosotros, los

profesionales de la información, para entender cómo ven ellos su propio conocimiento y buscar la mejor manera de rescatarlo y promoverlo.

¿Cómo se entiende la función de la Sociedad del Conocimiento actualmente?

Desde el acceso a la información tenemos que determinar qué porción del acceso del conocimiento queremos trabajar, porque es un área muy grande que tiene muchas influencias y teorías creadas dentro de la administración y la psicología.

Desde las Ciencias de la Información tenemos mucho potencial en dos temas principales: el intercambio y la documentación del conocimiento. Actualmente el conocimiento es valorado por las empresas y aunque es un recurso que de alguna manera no es medible, nosotros debemos buscar las herramientas para plasmarlo en algún tipo de formato y nosotros mismos debemos ser capaces además de organizarlo y una vez organizado podremos socializarlo.

Considero que intercambio y documentación del conocimiento son potencialmente espacios de trabajo para los organizadores de la información. Esto sin embargo no lo era hace unos años porque es un área que recién está creciendo y creo que por ahí los bibliotecólogos y los profesionales de la información tienen mucho que explotar.

¿Qué uso se le ha dado a la información en las zonas rurales?

El acceso a la información en entornos rurales o de pobreza marca la diferencia en la medida que les brinda más y mejores herramientas para la toma de decisiones. La idea es darles más elementos que les permitan tener más seguridad, que sepan y que tengan la capacidad de criticar y cuestionar a sus autoridades, y que ejerzan mejor su calidad de ciudadanos.

Tu experiencia en el ámbito rural te abrió algunas puertas de estudio en el extranjero, específicamente tu maestría en Inglaterra, puedes explicarnos ¿cómo se abrieron estas puertas?

Fue justamente mi experiencia en el ámbito rural lo que me ayudó por que justamente se presentó la beca del Banco Mundial que ofrecía la oportunidad a profesionales que tuvieran algún tipo de experiencia en el campo. Es así que tuve mucha suerte porque a ellos mi experiencia en Cajamarca les pareció muy interesante, porque no muchos profesionales de bibliotecología se van fuera de Lima a trabajar en alguna zona en pobreza, esa fue una gran ventaja.

Cuéntanos sobre tu trabajo en la FAO.

Tenía ya para ese momento, la ventaja de la maestría, de la experiencia en Cajamarca, y una serie de experiencias acumuladas. En la FAO les pareció interesante el perfil, por eso siempre animo a mis alumnos a postular a organismos internacionales, les digo que tenemos mucha ventaja porque los profesionales de la información somos pocos y pertenecer a un país en vías de desarrollo, es una ventaja, porque siempre vamos a ser candidatos interesantes, ya que los organismos internacionales están llamados a apoyar proyectos en países como el nuestro.

Fue una muy buena experiencia trabajar para un organismo internacional y finalmente eso fue lo que me confirmó que lo que quería era seguir trabajando en alguna zona rural y en temas de desarrollo.

¿Qué labor realizas en la UNFPA y cómo te involucras con ellos?

Con respecto al Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), hubo una convocatoria, buscaban una profesional que se encargara de reactivar el servicio de información y proveer

información especializada los proyectos de UNFPA en el tema de salud reproductiva, población y desarrollo.

Si bien yo no había trabajado mucho en temas de salud, si entendía la lógica de dónde están las fuentes de información. Ingresé en mayo del año pasado y ahora estoy concentrada también en temas de información y manejo archivístico, área en la que no había trabajado mucho y que ha sido una importante herramienta de aprendizaje.

Actualmente estamos concentrados en dar cada vez más alcances sobre servicios de información virtual, atenderá nuestros usuarios utilizando herramientas web en versión electrónica, PDF, etc.

Incorporando herramientas de la biblioteca virtual de salud, en coordinación con la OPS institución con la que también tenemos muchos temas en común. Y claro trabajando en un contexto de organismos internacionales que trabajan con proyectos de desarrollo en zonas donde el acceso a la información es poco y escaso.

¿Qué similitudes y diferencias encuentras en tu trabajo en organismos internacionales?

Una primera similitud es la orientación hacia quienes van a recibir la información. Una de las estrategias es tratar de ponernos en el lugar de quienes van a recibir la información, así tenemos que tratar de pensar en el lenguaje adecuado, la frecuencia de envíos, el tipo de información que ellos necesitan.

Se busca lograr que el usuario exprese que tipo de información necesita, porque si uno llega con una solución prefabricada realmente nunca va a funcionar. Finalmente esto es lo que me motiva a seguir, tratar de asegurarme de que el tipo de información que uno ofrece es lo que el usuario pide.

¿Qué competencias deberían desarrollarse dentro de la formación profesional de los egresados de la Ciencias de la Información?

En primer lugar la capacidad de resolver problemas, es decir a veces uno llega a la vida laboral con mucha teoría y poca práctica, pero actualmente lo que estamos tratando de fomentar es que los chicos salgan con herramientas para tomar decisiones, básicamente que apliquen el desarrollo de capacidades.

Ahora buscamos que una persona pueda enfrentar conflictos, resolver problemas, tomar la iniciativa o responder en contextos adversos, saber gestionar, que tenga una visión de trabajar más por resultados que por periodos específicos.

¿Qué visión sobre las Ciencias de la Información es la que tratas de transmitir a tus alumnos en la universidad?

Varias, espero que se entusiasmen por la carrera, porque el profesional que está muy poco motivado o que no está convencido qué hacer dentro del campo de las Ciencias de la Información, lo evidencia de alguna manera.

Entusiasmarse y comprometerse con la especialidad implica que los alumnos le inyecten un aire más fresco a la especialidad. Me parece importante que salgan convencidos de que tenemos un rol importante que cumplir.

Ahora buscamos que los chicos tengan más herramientas y habilidades, más espacios de trabajo, no solamente en el servicios de información clásicos, sino trabajando en diferentes tipos de empresas, fomentando lo que significa utilizar la información. Es una combinación entre querer a la especialidad y aprovechar las herramientas que hay ahora.

¿Cuál es el futuro de la Sociedad de la información en el Perú?

Creo que estamos en la dirección correcta, tenemos elementos y algunos indicadores de que ya hay un acceso cada vez mayor a una Sociedad de la información pero creo que todavía estamos en el camino. Seguimos siendo pocos profesionales, por lo menos desde las Ciencias de la Información, necesitamos incrementar este número y hacernos un poco más presentes; armar una serie de herramientas, trabajar con otros profesionales y ganarnos un espacio. Los que estamos, estamos haciendo lo que podemos, pero todavía no es suficiente.



Ricardo López Cabrera, *Una joven leyendo* (1898).
Museo Nacional del Prado, Madrid.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1. EMPLEO CULTURAL							
Total ocupados (En miles)	397,6	433,5	440,4	456,3	499,5	514,2	544,0
Sexo							
Varones	257,3	271,5	278,1	276,8	296,0	306,1	326,5
Mujeres	140,2	162,0	162,3	179,5	203,6	208,1	217,5
Edad							
De 16 a 24 años	52,7	53,0	57,2	57,4	64,8	63,8	73,5
De 25 a 49 años	295,3	328,4	325,9	340,4	359,2	381,8	388,3
De 50 años en adelante	49,6	52,2	57,4	58,5	75,5	68,7	82,2
Nivel de estudios							
Educación primaria	44,9	42,9	45,5	41,8	43,2	31,1	30,1
Educación secundaria	186,0	201,3	212,5	203,7	214,3	224,2	230,0
Educación superior	166,7	189,3	182,4	210,8	241,9	258,9	283,9
En porcentaje del total de empleo	2,6	2,7	2,7	2,6	2,8	2,7	2,8
2. EMPRESAS CULTURALES							
Total empresas con actividad económica principal cultural	52.019	49.582	53.258	56.037	59.401	60.569	63.004
Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales:	2.040	2.325	2.566	2.983	3.270	2.740	2.976
Edición	6.240	6.701	6.962	7.422	7.781	7.831	7.874
Artes gráficas y activid. de servicios relacionados con las mismas	14.807	15.338	15.622	15.798	15.922	15.937	15.827
Reproducción de soportes grabados	796	968	1.071	1.193	1.296	1.390	1.440
Fabric. aparatos de recepción, grabación y reproducción sonido e imagen	190	182	180	175	178	182	170
Fabricación de instrumentos musicales	186	198	208	213	222	224	222
Actividades cinematográficas y de vídeo	4.311	4.637	4.827	5.098	5.504	5.932	6.367
Actividades de radio y televisión	1.199	1.295	1.399	1.522	1.670	1.836	2.023
Actividades de agencias de noticias	97	108	122	126	102	67	152
Otras actividades artísticas y de espectáculos	22.153	17.830	20.301	21.507	23.456	24.430	25.953
En porcentaje del total de empresas	2,0	1,9	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Volumen de negocio (Millones de euros)							
Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales			340	524	670	756	
Edición	6.942	6.812	7.087	7.418	8.038	9.084	
Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	7.747	7.704	8.330	8.238	8.650	8.642	
Aparatos de recepción, grabación y reproducción de sonido e imagen	2.694	2.884	3.301	3.135	2.655	2.933	
Fabricación de instrumentos musicales	39	45	50	53	53	55	
Actividades cinematográficas y de vídeo	3.172	3.728	3.760	3.667	3.929	4.032	
Actividades de radio y televisión	5.223	5.376	5.940	5.729	6.596	7.037	
Fotografía	1.037	923	1.010	965	985	951	
Actividades de agencias de noticias				277	220	251	
Actividades artísticas y de espectáculos			2.814	2.668	3.035	3.708	
3. FINANCIACIÓN Y GASTO PÚBLICO EN CULTURA							
Gasto liquidado en cultura (En millones de euros)							
Por la Administración General del Estado	561	628	648	795	750	784	
Por la Administración Autonómica	952	1.039	1.088	1.218	1.329	1.466	
Por la Administración Local	1.664			2.646	2.691	2.895	
Gasto liquidado en cultura (En porcentaje del P.I.B)							
Por la Administración General del Estado	0,09	0,09	0,09	0,10	0,09	0,09	
Por la Administración Autonómica	0,15	0,15	0,15	0,16	0,16	0,15	
Por la Administración Local	0,26			0,34	0,32	0,32	
4. GASTO DE CONSUMO CULTURAL DE LOS HOGARES							
Gasto total (En millones de euros)							
Libro no de texto	741	848	858	847	1.101	1.175	
Publicaciones periódicas	1.635	1.725	1.756	1.904	1.950	1.855	
Servicios culturales	1.923	2.110	2.230	2.249	2.466	3.003	
Equipos y accesorios audiovisuales de tratamiento de la información	1.884	2.054	1.915	2.389	2.842	3.441	
Soporte para el registro de imagen, sonido y datos	584	672	673	625	625	665	
Reparaciones de accesorios audiovisuales	123	122	117	127	123	139	
Otros bienes duraderos para el ocio y la cultura	96	100	131	184	268	183	
Gasto medio por persona (En euros)	172,7	186,9	186,3	199,4	221,3	242,7	

Anuario de Estadísticas Culturales 2007.

Cronos fue dios de griegos, fenicios y egipcios; Saturno para los romanos. Era dios del tiempo. De la generación de los titanes, hijo menor de Gea (la Tierra) y Urano (el Cielo).

«El dios Taautos, que había reproducido la imagen de los dioses que vivían con él, dibujó los caracteres sagrados de las letras.

»Ideó además para Cronos, como insignias de la realeza, sobre la parte anterior y la parte posterior del cuerpo, unos ojos en número de cuatro, de los que dos estaban alerta y dos apaciblemente cerrados, y sobre los hombros cuatro alas, dos que parecen desplegadas y dos recogidas.

»Esto era un símbolo: Cronos vigilaba durmiendo y dormía mientras velaba y, en lo que concierne a las alas, de la misma manera volaba descansando y descansaba volando».

François Lenormant, *The Beginnings of History According to the Bible and the Traditions of Oriental Peoples*, Nueva York, Hijos de C. Scribner, 1882. Traducido y citado por José María Blázquez, en *Dioses, mitos y rituales de los semitas occidentales en la antigüedad*, Madrid, Cristiandad, 2001.

Teobaldo Manuzio (1450-1515), más conocido como Aldo Manuzio, célebre humanista de quien se dice que prolongó su actividad docente con su labor impresora por su gran aportación a la difusión del conocimiento de los clásicos. Comenzó sus actividades como impresor y editor en Venecia hacia 1490 con el objetivo principal de publicar ediciones completas, correctas y críticas de los clásicos grecolatinos.

Fue además autor y editor de obras de literatura y de gramáticas y diccionarios griegos utilizando unos caracteres griegos tallados siguiendo la escritura griega común de la época, grabados por Francesco Griffio de Bolonia. Excelente tipógrafo, rivalizó por su habilidad en el arte de la imprenta con los más hábiles tipógrafos europeos.

Aldo dio a sus libros el formato habitual, folio o cuarto, pero la fama mayor, junto con el éxito económico, le vino por su colección en octavo, un formato «de bolsillo», de clásicos latinos e italianos, iniciado en 1501 con las obras de Virgilio y Horacio, fáciles por su pequeño tamaño de transportar y de leer sin necesidad de apoyar el volumen en la mesa. Su espíritu innovador le llevó a encargar a Francesco Griffio de Bolonia unos nuevos caracteres, más acordes al tamaño reducido de la página, que copiaban la cursiva manuscrita humanística.

Se dice que pudo ser la escritura de Petrarca la que sirvió de modelo para este nuevo tipo de letra, conocida con el nombre de cancilleresca, grifa, aldina, cursiva e itálica y que continúa utilizándose en la actualidad. Este tipo de libros aldinos resultaba más barato que los griegos o los de tamaño folio, pero su precio continuaba siendo muy elevado, lo que propició el plagio de sus ediciones, a pesar de un privilegio veneciano de 1502 en el que se le reconocía el monopolio en Italia de las obras editadas en griego y latín y compuestas en letra cursiva.

La permanente preocupación de Aldo, no sólo por la bella presentación de las obras, sino también por la corrección del texto, hizo que se rodeara de un selecto cuerpo de filólogos en torno a su casa y a su imprenta, fundando en 1500 la Aldi Neacademia, con la función de decidir qué obras imprimir y seleccionar los mejores manuscritos de cada texto. Contó entre sus miembros con Erasmo quien durante nueve meses preparó la traducción de dos obras de Eurípides y una nueva edición ampliada de los *Adagia* (1508, la 1ª es de 1500) y que nos da información sobre el trabajo en la Academia Aldina en su obra *Opulentia sordida*.

La célebre familia de los Aldo también gozó de gran fama por sus encuadernaciones, de influencia islámica, caracterizadas por el empleo de la técnica del dorado (grabado en frío) y con elementos lineales (líneas rectas y curvas entrelazadas) y ornamentales (hojas estilizadas y entrecruzadas). A la muerte de Aldo Manuzio, conocido como «el Viejo», el taller siguió con la misma línea editorial durante todo el siglo XVI, primero bajo la dirección de su suegro, Andrea Torresano y luego sucesivamente bajo la dirección de su hijo Pablo y de su nieto Aldo, «el Joven». (*Folio complutense*)



kronotipo de aldomanucio es un boletín trimestral.

Las citas y los extractos mantienen la ortografía, la gramática y la puntuación de los originales.

Contacto: info@alandio.net