

la rivista di **en**gramma
2006

45-49

La Rivista di Engramma
45-49

La Rivista di
Engramma
Raccolta

numeri 45-49
anno 2006

direttore
monica centanni

La Rivista di Engramma
a peer-reviewed journal
www.engramma.it

Raccolta numeri **45-49** anno **2006**

45 gennaio 2006

46 marzo 2006

47 aprile 2006

48 maggio 2006

49 giugno 2006

finito di stampare novembre 2019

sede legale
Engramma
Castello 6634 | 30122 Venezia
edizioni@engramma.it

redazione
Centro studi classicA luav
San Polo 2468 | 30125 Venezia
+39 041 257 14 61

© 2019
edizioni**engramma**

ISBN carta 978-88-94840-35-3
ISBN digitale 978-88-98260-95-9

L'editore dichiara di avere posto in essere le dovute attività di ricerca delle titolarità dei diritti sui contenuti qui pubblicati e di aver impegnato ogni ragionevole sforzo per tale finalità, come richiesto dalla prassi e dalle normative di settore.

Sommario

- 6 | *45 gennaio 2006*
- 52 | *46 marzo 2006*
- 102 | *47 aprile 2006*
- 134 | *48 maggio 2006*
- 204 | *49 giugno 2006*

46

marzo **2006**

LA RIVISTA DI ENGRAMMA N. 46

DIRETTORE
monica centanni

REDAZIONE
mariaclara alemanni, elisa bastianello, maria bergamo, giulia bordignon, emily verla bovino, giacomo calandra di rocolino, olivia sara carli, giacomo cecchetto, silvia de laude, francesca romana dell'aglio, simona dolari, emma filipponi, anna ghiraldini, nicola noro, marco paronuzzi, alessandra pedersoli, daniele pisani, stefania rimini, daniela sacco, antonella sbrilli, elizabeth enrica thomson

COMITATO SCIENTIFICO
lorenzo braccesi, maria grazia ciani, georges didi-huberman, alberto ferlenga, kurt w. forster, fabrizio lollini, giovanni morelli, lionello puppi

this is a peer-reviewed journal

La Rivista di Engramma n. 46 | marzo 2006

©2018 Edizioni Engramma

SEDE LEGALE | Associazione culturale Engramma, Castello 6634, 30122 Venezia, Italia

REDAZIONE | Centro studi classicA Iuav, San Polo 2468, 30125 Venezia, Italia

Tel. 041 2571461

www.engramma.org

Bastianello | Bonoldi | Bordignon | Franzoni | Pellati

La Rivista di Engramma n.46

a cura di Elisa Bastianello e Federica Pellati

SOMMARIO

- 5|Google it! La ricerca on-line
ELISA BASTIANELLO
- 15|Danzare i gesti
CLAUDIO FRANZONI, CON UNA LETTURA DI APPROFONDIMENTO
- 17|A proposito di *Schemata*
CLAUDIO FRANZONI
- 29|Aranea | LiberLiber e Biblioteca Italiana
A CURA DI ELISA BASTIANELLO E FEDERICA PELLATI
- 33|Figure di Muse, ritratti di intellettuali
GIULIA BORDIGNON
- 35|Anche Isabella d'Este a casa del Mantegna
REDAZIONE DI ENGRAMMA
- 39|*Serio ludere* al bookshop della National Gallery
LORENZO BONOLDI

Serio ludere al bookshop della National Gallery

Recensione di: *Art! World Exclusive*

Lorenzo Bonoldi



Per gli appassionati di mostre e musei, per le *shopping victims* con la passione dell'arte e per i collezionisti di gadgets e inutilità museali in genere è una tappa obbligata: ogni visita a mostra, museo, monumento o galleria d'arte si deve concludere con l'immane rito dell'acquisto al bookshop. Come sopravvivere senza una matita targata Victoria and Albert Museum? Come rinunciare al possesso di una calamita con l'immagine della Stele di Rosetta sul proprio frigorifero? Come resistere alla tentazione di sfoggiare davanti ad amici e colleghi un'agenda acquistata alla Tate Modern? La

sindrome della *museum shopping victim* è grave, contagiosa e spesso incurabile. E se non esiste una cura, esiste almeno un placebo. I musei statali inglesi – quelli che non prevedono il pagamento di un biglietto d'ingresso – offrono infatti un perfetto alibi a coloro che soffrono di questa patologia. I visitatori sono infatti costantemente informati del fatto che “every purchase supports the museum”. Ecco allora che la *bookshopping victim* si sente non solo legittimata, ma anche chiamata all'acquisto, che risulta qui essere investito di un alto valore filantropico. Dal canto loro i musei, che si reggono anche sui proventi delle vendite di gadgets, devono rispondere con un'offerta ampia e variegata alle richieste del pubblico.

La National Gallery di Londra ha recentemente affidato a Kit Grover, designer londinese, la creazione di una linea di prodotti da mettere in ven-

dita presso i propri bookshops. L'operazione ha portato alla realizzazione della linea *Art! World Exclusive*: una gamma di prodotti la cui immagine evoca quella di una rivista di gossip. Borse, quaderni, agendine e magneti da frigorifero si presentano come copertine di giornali scandalistici ricchi di scoop dedicati alla storia, ai temi e ai soggetti dei quadri del museo. Il numero 115 di *Art!*, ad esempio, titola "The Arnolfinis at home in Bruges", e promette, all'interno della fantomatica rivista, un'esclusiva intervista a Giovanni e Giovanna che presentano ai lettori la loro nuova e spettacolare casa. Sempre in copertina la promessa di trovare all'interno della rivista uno speciale inserto con guida al matrimonio. E ancora, nello stesso numero, l'intervista-rivelazione rilasciata da Arianna dal suo rifugio in Nasso. Il numero 106 è invece dedicato alla nuova imperante moda dei nomi floreali: Iris, Dafne e Narciso si raccontano in esclusive interviste. E come perdere il numero 110, in cui, illustrando il quadro di Tintoretto, *L'origine della Via Lattea*, Giove ci racconta di come, presentando Ercole a Giunone, le ha detto "indovina chi viene a cena?". Il numero 103 è invece dedicato ai nuovi tagli di capelli alla moda: prendendo spunto da un'opera di Rubens, gli esperti di look della redazione di *Art!* si interrogano su quale sarà l'impatto sul grande pubblico del nuovo e radicale taglio di capelli di Sansone. E ancora, nel numero 107, Hans Holbein ci offre un dettagliato resoconto della *shopping extravaganza* londinese degli ambasciatori Jean de Dinteville e Georges de Selve, soffermandosi anche sui segreti del teschio in anamorfose, nello speciale "You can't have it both ways. Holbein explains the conflict between God and Mammon".

La gamma di prodotti realizzati da Kit Grover, che raccoglie quindici soggetti diversi, è il frutto di una spassosa quanto colta operazione di marketing giocata su un doppio binario. Da un lato, infatti, attraverso la sua grafica moderna e immediata, colpisce in maniera accattivante il grande pubblico. Dall'altro, attraverso il gioco erudito di rimandi fra immagini e giochi di parole, è in grado di sedurre per ammiccamento anche gli appassionati e gli esperti d'arte che conoscono quel che i quadri raccontano e che spesso non resistono all'istinto di lasciarsi andare al *serio ludere*. Anche quando non sono *bookshopping victims*.

I prodotti della National Gallery sono acquistabili presso i bookshops del museum e anche on-line, al sito <http://www.nationalgallery.co.uk/shop/default.asp>.



pdf realizzato da Associazione Engramma
e da Centro studi classicA Iuav
progetto grafico di Silvia Galasso
editing a cura di Chiara Vasta
Venezia • aprile 2018

www.engramma.org



la rivista di **engramma**
anno **2006**
numeri **45-49**

Raccolta della rivista di engramma del Centro studi classicA | luav, laboratorio di ricerche costituito da studiosi di diversa formazione e da giovani ricercatori, coordinato da Monica Centanni. Al centro delle ricerche della rivista è la tradizione classica nella cultura occidentale: persistenze, riprese, nuove interpretazioni di forme, temi e motivi dell'arte, dell'architettura e della letteratura antica, nell'età medievale, rinascimentale, moderna e contemporanea.