

# Letture

CASA - DESIGN - LIFESTYLE

a cura di Fabio Destefani



## Storie di donne al Bauhaus

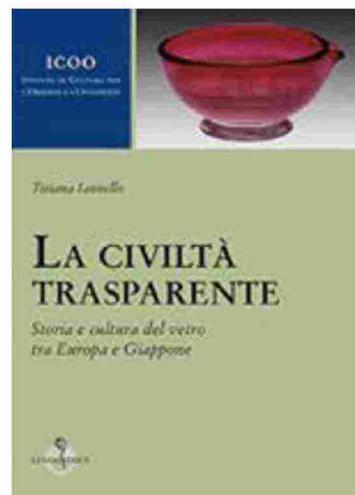
Anna A. Lombardi  
FrancoAngeli

In circa quindici anni di attività (1919-1935), la Hochschule für Gestaltung, meglio nota come Bauhaus, ospitò quasi millecinquecento studenti di cui circa un terzo erano donne. Alcune erano già delle professioniste quando vi s'iscrissero, molte completarono gli studi e si affermarono nel mondo del lavoro, altre scomparvero dal circuito artistico per rientrare nella sfera della vita privata, altre ancora furono delle meteore che la frequentarono per poco tempo e delle quali è ancora difficile trovare informazioni. Questo lavoro, scritto da Anna A. Lombardi, fondatrice nel 2016 del Museo del Design del Friuli Venezia Giulia, ne racconta le vicende, con una premessa che parla anche di donne che si sono cimentate nel campo della progettazione dal Rinascimento ai tempi di quella mitica scuola, madre di tutte le altre dove, in seguito, s'insegnò design. Donne che, spesso contro tutto e contro tutti, sono riuscite a realizzare il loro sogno d'arte, d'architettura e di design.

## La civiltà trasparente Storia e cultura del vetro tra Europa e Giappone

Tiziana Iannello  
Luni Editrice

Il vetro è un universo apparentemente invisibile che ha rappresentato una tappa importante dell'evoluzione della nostra civiltà, tanto che la sua storia è un singolare intreccio tra commercio, arte, tecnologia, cultura materiale e società. Come spiega l'autrice di questo volume, sin dall'antichità la sua diffusione lungo la Via della Seta ha dato un apporto importante a una contaminazione artistica, tecnologica e culturale tra Occidente e Oriente, favorendo la scoperta reciproca di aspetti poco conosciuti di manufatti, costumi, cultura scientifica e tecnica di quei popoli coinvolti in uno straordinario interscambio globale ante litteram.



## Marketing 6-0 Il futuro è immersivo

Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan  
Hoepli

Per spiegare come il marketing stia evolvendo verso esperienze sempre più immersive, gli autori di questo libro illustrano il concetto di metamarketing, una nuova forma di marketing in cui i professionisti vanno oltre la semplice fusione delle tecniche di marketing tradizionale e digitale, per offrire una vera convergenza fisica e digitale in un'esperienza interattiva e immersiva. Il volume offre un modo per integrare l'evoluzione della tecnologia e dei modelli di business con i grandi cambiamenti nei consumer behaviors dell'ultimo decennio, illustrando le tecnologie e le piattaforme che le generazioni Z e Alpha usano ogni giorno. Un utile strumento per imparare a sfruttare il metaverso e la realtà estesa, evitando gli errori più comuni incontrati dai marketer che operano in questo ambiente interattivo e immersivo.

