



ROSSO.

Storia di un colore

“Il rosso è il colore archetipico, il primo che l'uomo abbia padroneggiato, fabbricato, riprodotto, declinato in varie sfumature, prima in pittura e poi in tintura”. È con questa constatazione del primato del colore rosso e della sua importanza nella storia della civiltà occidentale che si apre *Rosso. Storia di un colore*, monumentale opera dello storico francese Michel Pastoreau che prosegue il percorso iniziato con i tre precedenti volumi dedicati al blu, al nero e al verde. Nel corso del libro, l'autore ci conduce con maestria e abbondanza di particolari lungo le tappe fondamentali che -dalle incisioni rupestri alle miniature del Medioevo, dalle tele di Rembrandt, Rubens e Raffaello ai berretti frigi della Rivoluzione Francese, fino agli abiti succinti di Marylin Monroe e gli esperimenti astratti di Rothko- hanno scandito la storia di questo colore che ancora oggi continua a esercitare un fascino magnetico carico di simbolismo e suggestione. A rendere

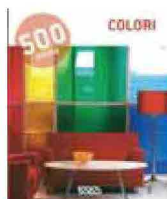


■ **Rosso. Storia di un colore,**
M. Pastoreau, Ponte alle Grazie.

così prezioso il volume, oltre alla pregevolissima qualità dell'edizione, arricchita da un ricercato apparato iconografico, è infatti la scelta per niente scontata di non affrontare l'argomento soltanto dal punto di vista della storia dell'arte, ma anche da quello lessicale,

simbolico, sociale, tecnico-scientifico e religioso. Per esempio, lo sapevate che il rosso del vestito di Babbo Natale non è affatto, come spesso si crede, quello della Coca-Cola ma un discendente diretto delle raffigurazioni medievali di san Nicola di cui è l'erede? ■

500 idee: colori
Logos edizioni
Una fonte illimitata di spunti e suggerimenti per scegliere i colori giusti per arredare con gusto la propria casa, organizzati per macro-concetti (armonia, contrasto, gradazione e complementarietà) e per famiglie cromatiche (bianchi, gialli, rossi, blu, verdi e grigio-neri) e arricchiti da piccoli consigli pratici che vi aiuteranno a non commettere errori.



Prova a mentirmi
A. Meridda,
F. Pandisca
Franco Angeli
Con l'aiuto di oltre centocinquanta esempi illustrati, un etologo e uno psicologo vi spiegano come capire attraverso il linguaggio del corpo se il vostro interlocutore vi sta mentendo oppure no. Una lettura intrigante e divertente che può tornare utile in tutte le situazioni comunicative, dalle transazioni commerciali ai rapporti uomo-donna.

Gestione del brand e della reputazione
G. Cavaliere
Dario Flaccovio Editore

Strumento essenziale per distinguersi dalla concorrenza e per fidelizzare il consumatore, il brand, insieme alla reputazione, è fondamentale per ogni attività imprenditoriale, colore compreso. In questo manuale, pieno zeppo di esempi e casi di studio, troverete gli attrezzi necessari per gestire entrambi in modo efficace, anche online.



Non ci sono più i clienti di una volta
S. R. Charvet
Franco Angeli
“Il cliente ha sempre ragione? Sì, se sai come dirglielo!”: a partire da questo assunto, l'agile manuale di Shelle Rose Charvet vi spiegherà come comprendere, prevedere e influenzare il comportamento di clienti diventanti sempre più infedeli, incostanti e suscettibili. Un piccolo classico della letteratura dedicata alla gestione dei clienti... 'problematici'.