

la rivista di **en**gramma  
**2005**

**38-44**

La Rivista di Engramma  
**38-44**

La Rivista di  
Engramma  
Raccolta

numeri 38-44  
anno 2005

direttore  
monica centanni

**La Rivista di Engramma**  
a peer-reviewed journal  
[www.engramma.it](http://www.engramma.it)

Raccolta numeri **38-44** anno **2005**  
**38 dicembre 2004/gennaio 2005**  
**39 febbraio 2005**  
**40 marzo/aprile 2005**  
**41 maggio/giugno 2005**  
**42 luglio/agosto 2005**  
**43 settembre 2005**  
**44 ottobre/novembre 2005**  
finito di stampare novembre 2019

sede legale  
Engramma  
Castello 6634 | 30122 Venezia  
[edizioni@engramma.it](mailto:edizioni@engramma.it)

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

© 2019  
edizioni**engramma**

ISBN carta 978-88-94840-63-6  
ISBN digitale 978-88-98260-47-8

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 | *38 dicembre/gennaio 2005*
- 54 | *39 febbraio 2005*
- 94 | *40 marzo/aprile 2005*
- 120 | *41 maggi/giugno 2005*
- 176 | *42 luglio/agosto 2005*
- 298 | *43 settembre 2005*
- 340 | *44 ottobre/novembre 2005*

**41**

maggio/giugno

**2005**

LA RIVISTA DI ENGRAMMA N. 41

DIRETTORE  
monica centanni

REDAZIONE  
mariaclara alemanni, elisa bastianello, emily verla bovino, giacomo calandra di rocolino, olivia sara carli, giacomo cecchetto, silvia de laude, francesca romana dell'aglio, simona dollari, emma filipponi, anna fressola, anna ghiraldini, laura leuzzi, nicola noro, marco paronuzzi, maria pellanda, 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. 41 | maggio/giugno 2005

©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](http://www.engramma.org)

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.

Banfi | Bastianello | Bonoldi | Dalla Pietà | Daniotti | Dolari | Grazioli  
Pellati | Sacco

## La Rivista di Engramma n.41

## SOMMARIO

- 1|Nachleben e vittorie postume della Venus Victrix di Brescia  
LORENZO BONOLDI
- 15|Fritz Saxl 'interprete' di Mnemosyne  
MARTA GRAZIOLI
- 33|Bagoa: lo sguardo del ragazzo persiano su Alessandro  
GIACOMO DALLA PIETÀ, CLAUDIA DANIOTTI
- 35|Cambellotti a Palermo  
SIMONA DOLARI
- 37|Quella strana intimità tra l'occhio e l'oggetto contemplato  
DANIELA SACCO
- 41|Le Muse secondo Lomazzo  
ELISA BASTIANELLO
- 43|Recenti scoperte dai papiri di Ossirinco  
ANNA BANFI
- 45|P&M | Una campagna virgiliana della Regione Lazio  
FEDERICA PELLATI

## P&M | Una campagna virgiliana della Regione Lazio

Federica Pellati

Lo scorso novembre la Regione Lazio lanciava Carta Senior, un'iniziativa che consente ai pensionati sociali di viaggiare gratuitamente sui mezzi di trasporto pubblico. Nella campagna pubblicitaria curata dalla sede romana dell'agenzia J. Walter Thompson compare come visual una rielaborazione grafica del gruppo Enea, Anchise e Ascanio di Gian Lorenzo Bernini. Siamo di fronte a una doppia citazione erudita: un noto episodio dell'Eneide virgiliana tradotto visivamente da un 'classico' dell'arte romana del Seicento, il capolavoro berniniano di Galleria Borghese.

Grazie alle informazioni e al materiale gentilmente concessi dalla JWT, si è avuto modo di chiarire le ragioni che hanno condotto a questa scelta e il suo significato. L'idea di incentrare il testo pubblicitario sulla figura di Enea con il padre Anchise sulle spalle nasce in modo curioso da una suggestione colta tra le pagine dell'opera di Oswald Spengler *Il tramonto dell'Occidente* dall'Account Supervisor JWT durante il periodo di ideazione della campagna, e proposta al team creativo che ha quindi deciso di svilupparla.

L'immagine di Enea che fugge da Troia in fiamme per portare in salvo il figlio Ascanio, con Anchise che stringe a sé i numi tutelari – sacro simbolo di continuità – e prelude, secondo l'epopea virgiliana, alla nascita di Alba Longa, della gens Iulia e infine della civiltà romana intera, è stata scelta perché ritenuta adatta a rappresentare al meglio le finalità assistenziali dell'iniziativa, e il senso di tradizione legato alla campagna istituzionale della Regione Lazio. Si innesca così una metafora che punta a sottolineare il valore dell'anziano come fondamento della società, con particolare riferimento a quella dell'antica Roma. L'obiettivo della campagna è quello di trasmettere agli anziani la sensazione di appartenere a una società che li stima e li sostiene, proiettandoli nella Classicità attraverso la tradizione artistica romana e celebrandoli come una sorta di casta di privilegiati: non vecchi ma "seniores".

Per tradurre visivamente la citazione virgiliana viene utilizzato il gruppo

scultoreo di Bernini, un'opera riconoscibile e fortemente legata al contesto territoriale, che attraverso la sua auctoritas si fa veicolo del messaggio. La campagna sembra rivolgersi a un pubblico di ultrasessantacinquenni beneficiari del servizio. La scelta dell'episodio dell'Eneide, associato alla citazione di Bernini, potrebbe apparire azzardata: un linguaggio troppo ostico, visto il target di riferimento, che rischia di non venire compreso, limitandosi alla semplice percezione (trasmissione) del messaggio: un giovane che porta sulle spalle un vecchio.

Secondo Annamaria Testa (La parola immaginata) la comunicazione pubblicitaria "va fatta in modo comprensibile, tenendo conto del sistema di valori, del livello culturale e della capacità percettiva del target. In caso contrario, le immagini non verrebbero comprese correttamente". È auspicabile cercare una cooperazione interpretativa da parte del lettore: "se chi legge partecipa al gioco dei significati, la comunicazione acquista forza: quella che le deriva dalla complicità del lettore che l'ha compresa, smontata, rimontata e, infine, fatta propria".

È fuor di dubbio che chi percepisce l'immagine, la comprende e ne completa il significato attingendo al proprio bagaglio culturale se la ricorderà più facilmente. Ma questa apparente incongruenza cessa d'essere se si considerano alcuni aspetti. Per informare il target anziani del servizio è stata predisposta un'apposita lettera, recapitata a ciascun assistito e alla sua famiglia: la campagna non è quindi più rivolta soltanto ai reali beneficiari, ma si estende piuttosto a tutti i cittadini della regione, e indirettamente a opinion makers, stampa, enti pubblici e aziende private.

Il duplice rimando erudito al racconto di Virgilio e alla scultura del Bernini è, a questo punto, perfettamente adeguato ai nuovi interlocutori, e in questo modo viene raggiunto l'obiettivo strategico e politico di consolidare l'immagine di un'istituzione che vuole apparire sempre più attenta alle tematiche sociali e rafforzare, al contempo, il senso di appartenenza alla comunità regionale. Proiettandosi nel classico e nell'antico.

Si ringrazia per l'indispensabile contributo il Dr. Giuseppe Salinari.



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

[www.engramma.org](http://www.engramma.org)



la rivista di **engramma**  
anno **2005**  
numeri **38-44**

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.