

Storia dell'Illustrazione e della pubblicità – Biennio

A.A. 2018-2019

Prof.ssa Giulia Ingarao

PROGRAMMA/6CFU

A partire dalla storia del manifesto pubblicitario verrà illustrato lo sviluppo dell'Arte Pubblicitaria. Il corso si concentra sullo studio della nascita dell'illustrazione pubblicitaria attraverso i seguenti autori: Aubrey Beardsley, Will Bradley, Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec, Leonetto Cappiello, Alphonse Mucha, Marcello Dudovich, Leopoldo Metlicoviz, per poi dedicarsi all'analisi della relazione esistente tra avanguardie e pubblicità. Durante il corso saranno affrontati in particolare i seguenti temi in relazione allo sviluppo delle avanguardie artistiche: il rapporto tra il paroliberismo futurista e la grafica contemporanea; l'influenza del surrealismo sull'attuale iconografia pubblicitaria (con particolare attenzione alla produzione di Magritte) e l'inserimento della fotografia e dunque di nuove modalità comunicative, nell'arte di propaganda costruttivista. Infine verranno studiati gli esiti estetico-funzionali nella comunicazione pubblicitaria dal dopoguerra fino agli anni Sessanta: Pop Art e società dell'immagine.

Agli studenti saranno forniti i file power point preparati per le lezioni che, insieme ai testi indicati in bibliografia, costituiscono un indispensabile materiale didattico e di studio per superare l'esame. Infine, oltre ai testi indicati si consiglia di consultare, durante la preparazione dell'esame, un manuale a scelta di Storia dell'Arte, utile a contestualizzare la cornice in cui i singoli autori trattati agiscono.

Il corso prevede inoltre uno studio monografico sulla storia della pubblicità italiana; gli studenti saranno coinvolti attivamente poiché sarà loro richiesto di preparare (in gruppi di due o tre) una presentazione power point su un argomento riguardante il tema (come per esempio: La pubblicità Olivetti o Fiat; Aleardo Terzi; Marcello Nizzoli; Gino Boccasile; Armando Testa, Le Officine Grafiche Ricordi; I Grandi Mazzini Mele di Napoli, anche l'analisi dei grandi marchi italiani come Lavazza, Campari, Benetton, etc...) da concordare previamente con il docente. Alcune lezioni saranno dedicate alle presentazioni degli studenti (14 – 16 – 18 – 20 – 30 gennaio 2019).

Testi da studiare per sostenere l'esame:

- Elio Grazioli, *Arte e pubblicità*, Mondadori, Milano 2001, dall'inizio fino a pagina 134 (fino al capitolo “Il dopoguerra”).
- Su Aubrey Beardsley, Will Bradley, Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec, Leonetto Cappiello, Marcello Dudovich, Leopoldo Metlicoviz Vedi: (fotocopie presenti in tipografia, Via Papireto) A. Rauch, *Graphic Design*, Mondadori.
- Vanni Codeluppi, *Storia della Pubblicità Italiana*, Carocci Editore, Roma 2016.
- D. Cimorelli, S. Roffi, *Pubblicità! La nascita della comunicazione moderna 1890-1957. Catalogo della mostra*, Silvana Editoriale, Milano 2017, pp. 13-47.

Testi utili ad approfondire gli argomenti trattati durante il corso:

- Lara Vinca Masini, *Art Nouveau*, Art Dossier, Giunti, 1999.
Francesco Morena, *Hokusai*, Art Dossier, Giunti, 2015.
Eva di Stefano, *Secessione viennese da Klimt a Wagner*, Art Dossier, Giunti, 1999.