

Storia dell'Illustrazione e della pubblicità – Biennio

A.A. 2019-2020

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 giapponismo e il manifesto pubblicitario; tra il paroliberoismo futurista e la grafica contemporanea; l'influenza del surrealismo sull'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.

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. 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, condotto attraverso la selezione di saggi indicata in bibliografia. Gli studenti saranno coinvolti attivamente poiché sarà loro richiesto di preparare (in gruppi di due o tre) una presentazione power point su un tema specifico, in modo da approfondire la storia della pubblicità italiana attraverso una prospettiva specifica. Sarà principale oggetto di studio la storia del grande magazzino "La Rinascente", attraverso l'analisi di diverse tracce tematiche concordate previamente con il docente (Il profilo storico della Rinascente; la nascita di UPIM e Standa; la storia dei manifesti della Rinascente; le riviste aziendali, abbigliamento e design, campagne pubblicitarie, allestimento degli ambienti interni e delle vetrine, la nuova grafica, etc...). Alcune lezioni saranno dedicate alle presentazioni degli studenti (da definire dal 13 gennaio 2020 all'1 febbraio 2020).

Testi da studiare per sostenere l'esame:

- Elio Grazioli, *Arte e pubblicità*, Mondadori, Milano 2001, dall'inizio fino a pagina 46 e da pagina 67 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 (fino a pagina 94).
- Villari Anna, "*L'arte dell'avvenire sarà potentemente pubblicitaria*"... in, D. Cimorelli, S. Roffi (a cura di), *Pubblicità! La nascita della comunicazione moderna 1890-1957*.
 - Stefano Sbarbaro, *Officine Grafiche Ricordi: arte e imprenditoria agli albori della pubblicità*, in D. Cimorelli, S. Roffi (a cura di), *Pubblicità! La nascita della comunicazione moderna 1890-1957*.
 - Sandrina Bandera e Maria Cannella (a cura di), *Rinascente Stories of innovation*, Skira, Milano 2017.

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.