

Gianni Franzone

Programma didattico relativo all'insegnamento di Storia dell'illustrazione e della pubblicità

Pur focalizzandosi sull'immagine pubblicitaria, il programma prevede, innanzi tutto, la definizione del concetto di pubblicità nel momento del passaggio dalla produzione artigianale a quella industriale e meccanizzata e quindi dell'emergere della necessità di creare nel pubblico una domanda che corrisponda a un'offerta sempre più vasta e diversificata di prodotti, spesso non necessari a soddisfare le esigenze primarie dell'individuo.

Attraverso l'analisi delle principali correnti espressive e dei più significativi artisti, grafici, illustratori e pubblicitari attivi tra Ottocento e Novecento, il corso intende presentare le principali tappe della storia della pubblicità, con particolare riferimento al panorama italiano ma con costanti e imprescindibili riferimenti al contesto internazionale.

Attraverso alcuni focus specifici, il corso prenderà in esame i vari strumenti dell'immagine pubblicitaria, da quelli storici e tradizionali (in particolare i manifesti e le riviste) alla fotografia, dalla radio al cinema alla televisione. Un accenno infine alla pubblicità nei tempi di internet e dei social media concluderà il percorso delle lezioni.

Durante lo svolgimento del corso sarà fornita una specifica bibliografia agli studenti che, in vista dell'esame, dovranno presentare anche un progetto di ricerca specifico, concordato con il docente, su uno dei temi tra quelli affrontati durante le lezioni.

Programma

Dal déco agli anni quaranta: il contesto internazionale.

Dal déco agli anni quaranta: la situazione italiana.

Pubblicità a tavola

La pubblicità di cibi e bevande nell'epoca d'oro del cartellonismo italiano, alla luce del contesto sociologico, dei cambiamenti degli stili di vita e delle necessità dei produttori di soddisfare i bisogni di un pubblico in continua trasformazione, sullo sfondo delle abitudini e delle mode alimentari degli italiani dall'unificazione nazionale alla fine del secondo conflitto mondiale.

Donna/Donne

La figura femminile tra stereotipi e emancipazione, moda e nuove professioni.

Uomini e ...

La figura maschile tra politica e società, lavoro e tempo libero, sport e moda.

New materials

L'epoca della produzione industriale, della rivoluzione elettrica e della comparsa di nuovi materiali (dall'alluminio al tubolare metallico, dai succedanei autarchici alle fibre tessili artificiali, dalla bachelite alle plastiche) nello specchio della pubblicità.

Graphic design ... in mostra

L'utilizzo della grafica e dell'illustrazione all'interno degli allestimenti di alcune significative esposizioni della prima metà del Novecento, con riferimenti al rapporto architettura/grafica.