

TITOLOZIONE DISCIPLINA: **ABPC66**  
**STORIA DELL'ILLUSTRAZIONE E DELLA PUBBLICITA'**

**prof. NANNIPIERI LUCA**

a.a. 2025-26

## **PROGRAMMA DIDATTICO**

Il corso intende anzitutto far comprendere l'indispensabile presenza delle illustrazioni nei popoli europei e nella contemporaneità e la loro funzione sociale, istruttiva, politica, narrativa, propagandistica, decorativa. Di conseguenza il corso mette in risalto le varie fasi attraverso cui le illustrazioni - le icone, i simboli, le fisionomie, le caricature, le figurazioni idolatriche, le testimonianze documentali, le rappresentazioni mitologiche e religiose, le comunicazioni pubblicitarie -, spesso in connubio con il testo scritto, sono utilizzate come linguaggi sociali:

- Illustrazioni nelle civiltà pre-romane.
- Illustrazioni all'avvento del Cristianesimo.
- Gli *exultet*, i codici miniati, i testi liturgici.
- I libri stampati con incisioni.
- Le decorazioni rinascimentali.
- Le macchiette e le grottesche.
- La letteratura illustrata per bambini.
- L'editoria scientifica.
- L'avvento delle grandi enciclopedie con l'Illuminismo.
- I periodici illustrati e divulgati dalla seconda metà dell'Ottocento.
- La satira di regime e la satira politica.
- Lo sviluppo della grafica pubblicitaria con la riproducibilità tecnica delle immagini.
- La grafica Decò.
- Dall'insegna al manifesto: l'epoca d'oro dei manifesti.
- Il ruolo delle illustrazioni nei grandi quotidiani, mensili, settimanali novecenteschi.
- L'uso promozionale dei manifesti cinematografici.

- Le illustrazioni, i mass media televisivi, gli utenti nella globalizzazione di fine millennio e inizio Millennio nuovo, tramite i casi Mediaset, Sky, Warner Bros.
- Alcune campagne pubblicitarie riconosciute: il connubio fotografico tra Benetton e Oliviero Toscani, gli spot televisivi di Christian Dior.
- L'utilizzo come icona della Gioconda di Leonardo da Vinci per réclame pubblicitarie.
- La comunicazione audiovisiva: trailer, videoclip, spot e altre forme brevi.
- Spot digitali e influencer durante il predominio dei social.

Gli studenti sono portati a riflettere sul concetto di unicità, di duplicazione e di multiplo che l'illustrazione ha connaturato in sé, che Internet nella contemporaneità mette ancora più in risalto. Un particolare focus, durante il corso, viene dunque riservato ai nuovi media e alle nuove modalità attraverso cui l'arte, la grafica, la comunicazione vengono trasformate dall'iper-riproduzione delle immagini condivise.

### *Modalità*

Le lezioni sono svolte in modo sia teorico che pratico-laboratoriale, secondo un procedere tra teoria e prassi volto a incentivare nei giovani una flessibilità critica e creativa: la prassi delle loro prove, dei loro pensieri sulle illustrazioni e sulle pubblicità viene messa sotto verifica dal pensiero critico e storico e dalla discussione che ne può nascere.

Vi sono colloqui e lezioni frontali, con frequenti verifiche e valutazioni per analizzare il livello di apprendimento durante l'anno acquisito dagli studenti e per incoraggiare il merito. Sono dati consigli e moniti, a seconda delle propensioni di ciascuno, per il graduale inserimento nel mondo del lavoro.

Per l'accertamento e la valutazione finale, il docente terrà conto della capacità argomentativa, della padronanza delle competenze specifiche e dei contenuti affrontati durante il corso.

### *Obiettivi formativi*

Rendere consapevoli gli studenti della trasformazione del linguaggio illustrativo visivo, nei secoli passati e nella contemporaneità, e degli articolati sbocchi lavorativi attorno alle illustrazioni e alle pubblicità.

### *Bibliografia*

*Estratti dai seguenti libri, concordati con il docente*

Walter Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, 2000.

Gian Paolo Ceserani, *La pubblicità in Italia*, Laterza 1988.

Gian Luigi Falabrino, *Storia della pubblicità in Italia dal 1945 a oggi*, Carocci, 2008.

Giovanni Fanelli - Ezio Godoli, *Il Futurismo e la grafica*, Edizioni Comunità, 1988.

Luigi Fumanelli, *Il carattere nella storia e nell'arte della stampa*, Centro Arti e Mestieri Fondazione Giorgio Cini Istituto Salesiano, 1965.

Elio Grazioli, *Arte e pubblicità*, Bruno Mondadori, 2001.

Sergio Sameck Ludovici, *Arte del libro. Tre secoli di storia del libro illustrato, dal Quattrocento al Seicento*, Edizioni Ares, 1974.

Beba Marsano, *Manifesti XX secolo*, Electa, 2003.

Luigi Menegazzi, *Origine della grafica cartellonistica*, in *Il manifesto italiano*, Arnoldo Mondadori editore, 1989.

Lorella Pagnucco Salvemini, *Benetton/Toscani. Storia di un'avventura 1984-2000*. Bolis, 2013.

Vance Packard, *I persuasori occulti*, Einaudi, 1989.

Paola Pallottino, *Storia dell'illustrazione italiana. Libri e periodici a figure dal XV al XX secolo*, Zanichelli, 1998.

Paola Pallottino, *Le figure per dirlo. Illustratrici italiane*, Treccani, 2019.

Jean Porcher, *La pittura su manoscritti: Introduzione. La miniatura come testimonianza della cultura e della storia delle idee. Stile e tecnica della miniatura in rapporto alle altre arti grafiche*, ad vocem *Miniatura*, in *Enciclopedia Universale dell'Arte*, Electa, 1958.

Andrea Rauch, *Il racconto dell'Illustrazione*, Usher Arte, 2019.

David Rymer, *Storia dei manifesti*, White Star, 2019.

Claudia Salaris, *Il futurismo e la pubblicità. Dalla pubblicità all'arte della pubblicità*, Lupetti, 1986.

Nick Sousanis, *Unflatening. Il pensiero visuale e la scoperta della mente grafica*, Lavieri, 2015.

Marcella Terrusi, *Leggere, guardare, nominare il mondo nei libri per l'infanzia*, Carocci 2020.

Annamaria Testa, *La pubblicità. Suscitare emozioni per accendere desideri*, Il Mulino, 2003.

Marco Vecchia, *Leggere la pubblicità. La decodifica dei messaggi*, Cuem, 2006.

## DOCENTE

Storico dell'arte, insegna all'Accademia di Belle Arti de L'Aquila. Ha improntato la sua riflessione sul rapporto tra eredità storico-artistiche e comunità. Tra le sue pubblicazioni, alcune tradotte all'estero, si ricordano *Che cosa sono i classici* (Skira, Milano, 2024), *A cosa serve la storia dell'arte* (Skira, Milano, 2020), *Candore immortale. Antonio Canova* (Rizzoli, Milano, 2022), *Raffaello* (Skira, Milano, 2021), *Bellissima Italia. Splendori e miserie del patrimonio artistico nazionale* (RAI Libri, Roma, 2016), *Frida Kahlo e Diego Rivera* (Skira, Milano, 2023). Ha collaborato e scritto su vari settimanali e quotidiani nazionali, tra cui *Panorama*, *Il Giornale*, *Libero*, *QN - Il Resto del Carlino*, la dorsale tosco-emiliana del *Corriere della Sera*. Ha curato rubriche d'arte in televisione, da *RaiUno* a *Mediaset*. Sempre con una meditazione teorica, improntata alla storia dell'arte, ha curato mostre e pubblicazioni di artisti moderni e contemporanei come, tra gli altri, Giacomo Balla, Arturo Martini, Giacomo Manzù, Keith Haring. Ha tenuto conferenze nei maggiori musei italiani.