Docente: **Coti Zelati Eva**
Data incontro: 18 marzo 2025 ore 15.30

Argomento: **ARTE E PROPAGANDA. Esempi di grafica e manifesti aziendali. Il caso della Campari**

È certo al Futurismo che va ascritto il merito di aver compreso la portata innovatrice e le possibilità del linguaggio grafico e pubblicitario. I futuristi rivendicavano, infatti, il merito di aver "risuscitato l'arte del cartellone" come scriveva nel 1921 Fortunato Depero, autore di *Il futurismo e l'arte pubblicitaria*, testo apparentemente giocoso ma pieno di serie affermazioni, pubblicato nell'effervescente *Numero Unico futurista Campari*. Depero rivela una nuova consapevolezza e un nuovo impegno da parte dell'artista pubblicitario: "vi sono celebrità passatiste che scrivono, compongono e dipingono opere per esaltare ditte e industrie con un senso di palese opportunismo e assoluta mancanza di sincerità artistica […]. Benché io dipinga giornalmente quadri di libera ispirazione, con eguale armonia di stile, con lo stesso amore, con non minore entusiasmo e cura, esalto con la mia fantasia prodotti industriali nostri". Ecco quindi che la pubblicità può essere letta, nei primi decenni del Novecento, come vera e propria forma di cultura, come lo specchio delle tendenze artistiche, politiche, di costume, di mentalità, di un paese e dei suoi cittadini. In Italia il manifesto pubblicitario è stato utilizzato con più obiettivi: come inedita forma d'arte che coinvolse pittori più e meno noti; come efficace strumento di propaganda in numerose campagne per i prestiti delle guerre; come potente veicolo per aziende, banche, giornali, teatri, utile per vendere prodotti, località, iniziative, sogni… e coinvolgere i cittadini nella vita e nelle attività del paese. Sull'esempio americano, si pubblicano anche in Italia manuali sulla *réclame*, si moltiplicano le imprese pubblicitarie sempre più organizzate, si accolgono i manifesti anche nelle mostre internazionali delle arti decorative, si creano corsi serali promossi dalla camera di commercio fino ad arrivare alla prima associazione pubblicitaria ufficiale nel 1924, alla rivista "La Pubblicità" e al I Congresso internazionale della pubblicità nel 1933, rendendo il manifesto pubblicitario la forma espressiva della contemporaneità, sia a livello artistico sia di utilità comunicativa e promozionale. Anche personaggi illustri come Giacomo Puccini e Gabriele D'annunzio partecipano della fortuna dell'immagine pubblicitaria, sempre più spesso studiata anche da un intermediario che compone poesie o slogan per prodotti poi devenuti celebri o addirittura iconici. È il caso dei biscotti Saiwa, dei pneumatici Michelin, della FIAT, de La rinascente, della Pirelli e della Fernet-Branca, della perugina-Buitoni, della Talmone, di tanti altri prodotti e, naturalmente, della Campari e del suo intramontabile *Aperitiv*o. Un viaggio affascinante e stimolante nella comunicazione artistica viva più che mai ancor oggi negli stessi prodotti di un secolo fa che sanno ancora distinguersi bene nella nostra veloce società dei consumi di massa.

Curriculum

Coti Zelati Eva *Diplomata al Liceo Classico "A.Racchetti" di Crema, laureata in Conservazione dei Beni Culturali all'Università degli Studi di Parma con una tesi riguardante il collezionismo cremonese del XVI e XVIII secolo. Ha conseguito il diploma di Specializzazione in Beni Storico Artistici alla Scuola di Specializzazione in Storia dell'Arte dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Ha frequentato corsi di catalogazione informatizzata di opere d'arte, convegni, seminari e corsi di aggiornamento per le professioni museali e culturali organizzati da varie istituzioni (ICOM Italia e Musei Italia, Open Care, Italia Nostra, etc.),in collaborazione con diverse università milanesi. Ha collaborato con enti pubblici e privati, italiani e stranieri, per lo studio, la tutela e la valorizzazione di beni culturali. Consulente in campo storico-artistico per collezionisti, si occupa prevalentemente d'arte antica. Svolge attività di ricerca nell'ambito del collezionismo nobiliare e della museologia, a cui affianca la docenza per istituzioni pubbliche e private. Si occupa, inoltre, della diffusione della conoscenza del patrimonio culturale locale, nazionale ed estero su richiesta di privati e associazioni.*

UNIVERSITÀ CREMA UNI-CREMA
Sede legale e segreteria: **Crema, Via Rampazzini n. 14 Tel.: 3456076297**
e-mail: info@uni-crema.it sito: www.uni-crema.it