

PUBLICA

Linguaggi Grafici
ILLUSTRAZIONE

a cura di

Enrico Cicalò, Ilaria Trizio

ISBN: 978-88-99586-15-7

PUBLICA

Linguaggi Grafici
ILLUSTRAZIONE

a cura di

Enrico Cicalò, Ilaria Trizio

ISBN: 978-88-99586-15-7

PUBLICA

COMITATO SCIENTIFICO

Marcello Balbo
Dino Borri
Paolo Ceccarelli
Enrico Cicalò
Enrico Corti
Nicola Di Battista
Carolina Di Biase
Michele Di Sivo
Domenico D'Orsogna
Maria Linda Falcidieno
Francesca Fatta
Paolo Giandebiaggi
Elisabetta Gola
Riccardo Gulli
Emiliano Ilardi
Francesco Indovina
Elena Ippoliti
Giuseppe Las Casas
Mario Losasso
Giovanni Maciocco
Vincenzo Melluso
Benedetto Meloni
Domenico Moccia
Giulio Mondini
Renato Morganti
Stefano Moroni
Stefano Musso
Zaida Muxi
Oriol Nello
João Nunes
Gian Giacomo Ortu
Giorgio Peghin
Rossella Salerno
Enzo Scandurra
Silvano Tagliagambe

Linguaggi Grafici

La serie Linguaggi Grafici propone l'esplorazione dei diversi ambiti delle Scienze Grafiche e l'approfondimento di campi specifici capaci di far emergere nuove prospettive di ricerca. La serie indaga le molteplici declinazioni delle forme di rappresentazione grafica e di comunicazione visiva, proponendo una riflessione collettiva, aperta, interdisciplinare e trasversale capace di stimolare nuovi sguardi e nuovi filoni di indagine. Ciascun volume della serie è identificato da un lemma, che definisce al contempo una categoria di artefatti visivi e un campo di indagine, che si configura come chiave interpretativa per la raccolta di contributi provenienti da ambiti culturali, disciplinari e metodologici differenti, che tuttavia riconoscono nei linguaggi grafici un territorio di azione e di ricerca comune.

COMITATO EDITORIALE

Enrico Cicalò
Valeria Menchetelli
Andrea Ruggieri
Francesca Savini
Ilaria Trizio
Michele Valentino

Tutti i testi di PUBLICA sono sottoposti a double peer review

Enrico Cicalò, Ilaria Trizio (a cura di)
Linguaggi Grafici. ILLUSTRAZIONE
© PUBLICA, Alghero, 2020
ISBN 978 88 99586 15 7
Pubblicazione Dicembre 2020

DISEGNO RESEARCH LAB – PUBLICA
Dipartimento di Architettura, Urbanistica e Design
Università degli Studi di Sassari
WWW.PUBLICAPRESS.IT



INDICE

- 14 **I linguaggi grafici dell'illustrazione:
evoluzioni, funzioni e definizioni**
Enrico Cicalò, Ilaria Trizio
- 26 **I linguaggi grafici dell'illustrazione:
temi, sguardi ed esperienze**
Enrico Cicalò, Ilaria Trizio

LINGUAGGI

- 50 **Testi illustrati, immagini descritte**
Giovanna A. Massari, Cristina Pellegatta
- 70 **Cartografie letterarie. Le illustrazioni
da "parlanti figure" a narrazioni autonome**
Valeria Menchetelli
- 98 ***Graphic novel*: analisi critica e imitazioni intermediali
dalla carta alla pellicola**
Massimiliano Lo Turco
- 120 **Camilleri 'lost and found' nelle traduzioni
delle immagini di copertina**
Francesca Fatta
- 142 **In sovraimpressione.
I layers e la lettura delle immagini**
Edoardo Dotto

- 166 **Le immagini pittogrammatiche.
Evoluzione di un concetto**
Leonardo Paris
- 186 **Il disegno assente.
Quando l'architettura è illustrata
senza illustrazioni**
Paolo Belardi

SCIENZE

- 196 **Descrivere il mare. Luigi Ferdinando Marsigli
e l'immagine scientifica**
Laura Carlevaris
- 232 **Le macchine dell'architettura e del corpo umano
e le loro illustrazioni tridimensionali**
Cristina Cåndito
- 256 **Il libro *pop-up* fra illustrazione e animazione
con il foglio di carta**
Vincenzo Cirillo
- 284 **Il verde come figura: iconografia botanica e *collage* tra arte,
architettura e design.
[con intervista e illustrazioni dell'artista Paola Tasseti]**
Marta Magagnini

COSTRUZIONE

- 314 **Teoria e prassi costruttiva nelle illustrazioni,
tra Settecento e Ottocento**
Lia Maria Papa
- 334 **Innovazione geometrica nell'opera di Amédée-François Frézier
sul taglio delle pietre**
Nicola Pisacane

- 354 **L'Architettura in Comodo Sesto:
Monumenti di Fabbriche Antiche Illustrati ad Uso
dei "Giovani Ornatissimi" (1796-1807)**
Martino Pavignano
- 382 **Illustrazione di gesti.
Traduzione di processi**
Maria D'Uonno, Alice Palmieri
- 402 **Entre las portadas de las *Regole* de Serlio
y la *Regola* de Vignola**
Francisco Martínez Mindeguía

ARCHITETTURE

- 424 **Progetto di architettura e comunicazione grafica**
Michele Valentino
- 442 **L'oscuro mondo di Tsutomu Nihei,
cyberpunk e architettura
attraverso le tecniche grafiche e i caratteri stilistici
del manga contemporaneo**
Alessandro Basso
- 466 **Architettura a fumetti
e fumetti di architettura**
Sara Conte, Valentina Marchetti
- 492 ***Déjà-vu*. L'immaginario pittorico e architettonico
rivisitato nel *graphic novel***
Cristian Farinella, Lorena Greco
- 512 **Le innovazioni visive nei *graphic novel* di Chris Ware,
per un metalinguaggio narrativo dell'architettura**
Michela De Domenico
- 538 **La seconda vita delle architetture incompiute nei fumetti.
Manuele Fior e *Celestia***
Fabio Colonnese

CITTÀ

- 566 **L'illustrazione nel contesto delle discipline urbanistiche**
Mara Balestrieri, Amedeo Ganciu
- 588 **La rappresentazione della città. Tecniche visuali per la narrazione, l'analisi e la progettazione dello spazio urbano**
Francesca Ronco
- 610 **Fumetto e *graphic journalism* per raccontare la città. L'esperienza di *Quartieri***
Alekos Diacodimitri
- 626 **Le illustrazioni di città nei primi testi letterari dell'800 in Italia**
Pasquale Tunzi
- 656 **Le illustrazioni di copertina de *Le Cento Città d'Italia* come iconemi del costruendo 'Sistema Paese'**
Ursula Zich

PATRIMONIO CULTURALE

- 680 **La comunicazione delle macchine a spalla della Sardegna. Dal rilievo al *visual journalism***
Marta Pileri
- 698 **Rappresentare l'architettura militare tra 'antichi' linguaggi e nuove frontiere. Le mura di Cagliari in Età Moderna**
Andrea Pirinu, Giancarlo Sanna, Marco Utzeri
- 722 **Comunicare l'archeologia con le immagini: dal disegno ricostruttivo alla realtà virtuale**
Francesca Savini

NARRAZIONE

- 758 **Illustrazione e cronaca nel Seicento:
il caso goriziano**
Veronica Riavis
- 782 **La luce sotto la superficie.
Illustrazioni terracquee
per una narrazione del paesaggio**
Claudio Patanè

GRAFICA EDITORIALE

- 808 **Tutti i Pintèr di Pintèr: narrazione grafica
tra schizzi, copertine, manifesti, illustrazioni**
Maurizio Marco Bocconcino
- 838 **Il linguaggio grafico dell'*Illustrazione Abruzzese*,
rivista di cultura e immagini**
Caterina Palestini
- 864 **La gioventù dell'ONB, tra grafica e manualistica**
Salvatore Santuccio

GRAFICA PUBBLICITARIA

- 888 **Cucine senza ricette: modelli, generi e illustrazioni
dalla Depressione all'*American Way***
Santi Centineo
- 906 **La *réclame* viaggia per posta:
illustrazioni pubblicitarie in cartolina
dalla fine dell'Ottocento alla metà del Novecento**
Alessandra Meschini
- 934 **L'illustrazione di moda tra arte e pubblicità**
Manuela Piscitelli

- 952 **Riflessioni sulla grafica pubblicitaria francese
nella prima metà del XX secolo**
Marcello Scalzo

PRODUZIONE CULTURALE

- 978 *World-building e concept art:
inventare e rappresentare mondi immaginari*
Barbara Ansaldi
- 1004 **Il linguaggio dell'illustrazione nel cinema d'animazione:
una rappresentazione della rappresentazione**
Martina Attenni, Cristiana Bartolomei, Alfonso Ippolito,
Cecilia Mazzoli, Caterina Morganti
- 1024 **I paesaggi di Roberto Raviola**
Francesco Maggio
- 1042 **Enrico Prampolini illustratore**
Thea Pedone
- 1056 **La danza nelle arti figurative tra Ottocento e Avanguardia**
Starlight Vattano
- 1080 **Le invenzioni di Steven M. Johnson. Un'intervista**
Federico Rebecchini

INFANZIA

- 1110 **L'illustrazione per l'infanzia:
dal disegno manuale al disegno digitale,
dalla modellazione 3D alla prototipazione**
Giulia Bertola
- 1128 *Dedans et dehors. L'uso della sezione
nei libri e nei fumetti di Annette Tison e Talus Taylor*
Camilla Casonato

- 1158 **Case straordinarie tra architettura e invenzione.
Dodici albi illustrati (o poco più) per l'infanzia**
Alessandro Luigini

RICERCA E DIDATTICA

- 1186 **Rappresentare le innovazioni culturali di Adriano Olivetti.
La grafica per la conoscenza e il progetto**
Pia Davico
- 1216 **Razionalismo e comunicazione digitale:
la rappresentazione dei progetti incompiuti
di Terragni a Roma**
Stefano Botta, Daniele Calisi
- 1238 **Studio del rapporto percettivo
tra colore e dettaglio del tratto**
Alessandro Martinelli
- 1250 **Illustration in Collage Technology.
Collage-Metaphor as an Instrument
for Forming of Creative Thinking**
Nataliia Skliarenko

PRODUZIONE CULTURALE

World-building e concept art:
inventare e rappresentare mondi immaginari

World-building and Concept Art:
Creation and Representation of Imaginary Worlds

Barbara Ansaldi

Università degli Studi di Napoli Federico II

Dipartimento di Architettura

barbara.ansaldi@unina.it



concept art
mondi immaginari
world-building
industria dell'intrattenimento
visual development

concept art
imaginary worlds
world-building
entertainment industry
visual development

L'illustrazione è una rappresentazione visiva e la *concept art* (da non confondere con l'arte concettuale) è una particolare forma di illustrazione il cui scopo principale è quello di comunicare visivamente e graficamente il *concept*, il *design*, l'idea e il *mood* degli elementi che compongono un 'mondo'. Un mondo che ancora non esiste, ma che costituirà l'anima e l'identità di un prodotto dell'industria dell'*entertainment* come videogame, film, serie TV e annesse forme di intrattenimento visivo. Se nell'illustrazione intesa in senso tradizionale il prodotto finale è l'illustrazione stessa, lo scopo della *concept art* è riuscire a comunicare visivamente un'idea con sufficiente carica evocativa e suggestiva e nella maniera più immediata ed efficace possibile al resto del team di sviluppo. Attraverso le proprie capacità e tecniche di espressione grafica (prospettiva, prospettiva atmosferica, anatomia, composizione, *value*, luce, teoria del colore ecc.) e facendo ricorso ai più disparati media artistici (specialmente quelli digitali), i *concept artist* danno vita a *design* di ambientazioni, personaggi, creature, veicoli, costumi, che costituiscono l'*architettura visuale* del progetto. Il contributo si pone l'obiettivo di inquadrare e indagare la *concept art* quale forma di illustrazione 'attiva', 'comunicativa' e 'informativa', non fine a sé stessa ma orientata a dar vita a universi immaginari e a comunicarli – mediante molteplici mezzi e linguaggi grafici – alle altre figure coinvolte nella *pipeline* creativa di un prodotto dell'industria dell'intrattenimento.

Illustrations are visual representations and *concept art* (which must not be confused with Conceptual Art) is a particular form of illustration whose main goal is to visually and graphically convey a concept, an idea, a design, a mood for the different elements which build a 'world' and that will represent the soul and identity of a product of the entertainment industry (i.e. videogame, movie, TV series and similar forms of visual entertainment). While in traditional illustration the illustration itself is the final product, the main aim of *concept art* is to prefigure and visually communicate an idea in the most evocative and effective way, in order to guide the rest of the development team towards the final product. Through their artistic skills (perspective, atmospheric perspective, anatomy, composition, value, light, color theory etc.) and through the use of different media (especially digital ones), *concept artists* give life to designs of environment, characters, costumes, creatures, props and any kind of asset which build the 'visual architecture' of a project. The paper tries to frame and investigate *concept art* as an active, communicative and informative form of illustration, whose main goal is to shape new imaginary universes and to communicate them through several graphic means and languages to the other professional figures involved in the creative pipeline of a product of visual entertainment.



The central issues of art, design and illustration are eternal,
and they transcend technique.

The driving force is the communication of an idea, or an emotion.

Steve Burg

Introduzione

La crescita esponenziale e la rapida evoluzione dell'industria dell'*entertainment* negli ultimi anni hanno fatto registrare un aumento della richiesta di figure professionali specializzate a cui affidare la concettualizzazione e la visualizzazione di mondi immaginari destinati a videogame, film, serie TV e altre forme di intrattenimento visivo. Tra queste spicca il *concept artist*, il cui lavoro si inserisce nella fase di *pre-produzione*, la fase più immaginativa ed esplorativa dell'intero processo produttivo. La missione del *concept artist* consiste nel riuscire a convogliare un'idea, un *mood*, la 'visione' di un regista o di un *game designer* mediante rappresentazioni bidimensionali che costruiscono 'l'architettura visuale' del progetto e che guideranno le fasi successive di lavorazione nella *pipeline* creativa. Questi artisti devono avere la capacità di trasformare idee testuali e verbali in forme 'tangibili' ed esplicative, in grado di comunicare inequivocabilmente un '*look and feel*', un intento, per i diversi elementi che compongono un 'mondo'. Infatti, è bene sottolineare che la *concept art* (fig. 2), al di là dell'intrinseco valore artistico ed estetico delle immagini create, non è pura illustrazione: la sua funzione è quella di 'ambasciatore visivo di idee' (Pantouvaki, 2010) finalizzata a guidare il resto del team di produzione, composto da centinaia di professionisti tra *3D artist*, animatori, *VFX artist*, *lighting artist* ecc. I *concept* creati devono quindi "avere la capacità di suggerire il design di scenari, personaggi, veicoli e creature, ma soprattutto di fungere da chiave per focalizzare e coordinare, attorno ad una singola visione artistica, tutti gli sforzi e le maestranze coinvolte ed impiegate nella produzione" (Faini, 2016).

Si ritiene che il termine *concept art* sia stato coniato dalla Disney negli anni '30 durante la produzione di *Biancaneve e i Sette Nani* (1938) (Ghez, 2015). Il suo ruolo, però, è stato progressivamente messo a fuoco - imponendosi come mestiere definito e indipendente - a partire dalla fine degli anni '70 e nel corso degli anni '90 grazie a colossali produzioni cinematografiche come *Star*

Fig. 1

Concept delle porte della città di Insomnia realizzato da Edvige Faini per il film in CG Kingslaive: Final Fantasy XV (2016) © Square Enix Co. Ltd, dettaglio.

Fig. 2

Edvige Faini. *Meeting the Noumenon*. *Concept art* (www.edvigefaini.com).

Fig. 3

Concept art per *Star Wars* (1977) di Ralph McQuarrie (www.starwars.com).

Fig. 4

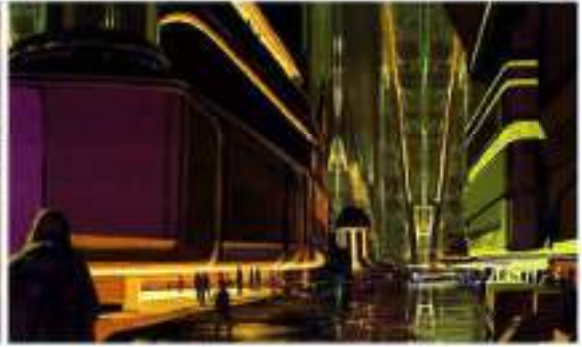
Concept art per *Blade Runner* (1982) di Syd Mead (www.sydmead.com).

Fig. 5

Concept art per Phatt Island, location del videogioco punta-e-clicca *Monkey Island 2: LeChuck's Revenge* (1991). © LucasArts Entertainment Company.

Fig. 6

Il regno di Tenebrae in *Kingslaive: Final Fantasy XV* (2016). In alto, il *concept* realizzato da Edvige Faini. In basso, un fotogramma tratto dal film. © Square Enix Co. Ltd.



Sketch by Philip Blauder

1/10/01

The Walt Disney Company
Walt Disney Imagineering
© 2001 Disney
All Rights Reserved



Wars (1977) e *Blade Runner* (1982) (figg. 3, 4), nonché di videogiochi di avventura punta-e-clicca come *Monkey Island* (1990) della LucasArts e la rinomata serie nipponica di giochi di ruolo (GdR) *Final Fantasy*. Fino all'avvento del digitale, i *concept* venivano realizzati mediante tecniche tradizionali e costituivano il punto di partenza per la costruzione e l'allestimento dei *set* cinematografici in cui girare le scene (*Star Wars*, *Blade Runner*) o per la progettazione di sfondi, personaggi, armi, creature ecc. per film d'animazione e videogiochi (fig. 5). Oggi, in un'epoca in cui, visivamente parlando, tutto è possibile, il margine di errore e di insuccesso di un prodotto risultante da un *visual development* poco coerente si amplia notevolmente: la *concept art* è proprio la chiave per arrivare alla sintesi, a quella singola 'visione artistica', credibile e convincente, del mondo che si sta costruendo. Il *concept artist*, quindi, riveste sostanzialmente il ruolo primario di *visual problem solver* (Nelson, 2019), dovendo costruire l'impalcatura visiva di un mondo, dei suoi personaggi e delle sue ambientazioni a partire da descrizioni e narrazioni di storie e idee in modo che tutto risulti coerente. Nella pratica immaginativa di un *concept artist*, frammenti di città, di paesaggi e di architetture reali vengono combinati, riorganizzati e ricomposti in visioni credibili ed evocative (seppur fittizie) di spazi immaginari, popolati da personaggi e/o creature coerenti con il mondo che abitano. La particolarità di questi mondi – verosimili, onirici, irreali, utopici o distopici – e che, in gradi e maniere diverse, conservano legami con la realtà, attingendo al repertorio dell'esistente per combinarne variamente gli elementi, in modi nuovi e inaspettati. Conoscenza del reale e immaginazione interagiscono costantemente nella mente di questi artisti e, dunque, le immagini realizzate conservano sempre radici – più o meno nascoste e profonde – nel mondo che ci circonda. Il *concept artist* tiene conto, inoltre, dei diversi aspetti dell'ambiente che sta plasmando, del movimento dei personaggi e della loro storia, mettendo in campo uno sguardo tridimensionale: egli ha già visualizzato il mondo o il contesto che circonda i suoi soggetti, ne ha determinato lo stile e le caratteristiche ed è in grado di prefigurarne il suo estendersi oltre i limiti della singola immagine bidimensionale. Le immagini create da un *concept artist* rappresentano la scintilla che guiderà le fasi successive di sviluppo del prodotto finale che approderà 'sul grande schermo' (fig. 6).

Fig. 7

Concept di Claire Hummel per il costume di Denali in *Westworld VR* (2016) della HBO (www.clairehummel.com).

Fig. 8

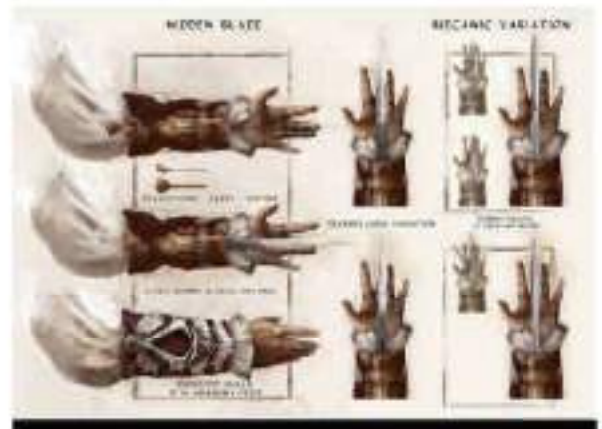
Esempio di *Character Design*. *Concept* del personaggio di Evienne, realizzati da Claire Hummel per *Fable Stories* dei Lionhead Studios (www.clairehummel.com).

Fig. 9

Esempio di *Props Design*. In alto, *concept* della celebre lama celata indossata da Ezio Auditore nel videogame *Assassin's Creed II* (2009). In basso, *concept* per una carrozza del videogioco *Assassin's Creed: Syndicate* (2015). © Ubisoft Entertainment.



Project Denali | Imogen's Westworld Dress - FINAL

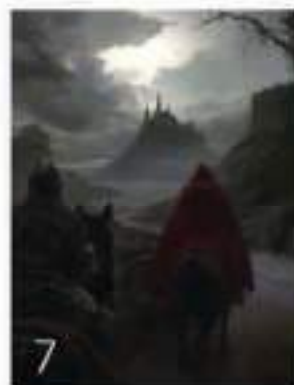
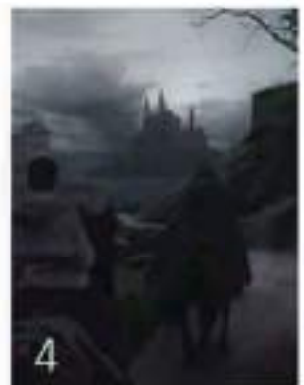


La *concept art* come mezzo di comunicazione visiva

Come già sottolineato, la *concept art* è innanzitutto un mezzo di comunicazione visiva di idee – di *concept*, appunto – all'interno del team di produzione e, nonostante la forte enfasi visiva delle immagini, il suo valore estetico passa in secondo piano rispetto al suo contributo in termini di *design*, di 'supporto visuale' nel dare forma alle idee e portarle alla luce, senza però doversi preoccupare della funzionalità pratica e concreta di ciò che si va rappresentando. È per tali aspetti che la *concept art* si allontana dall'illustrazione tradizionale, nonostante i confini tra le due discipline appaiano spesso labili e permeabili dal momento che condividono le medesime tecniche e mezzi espressivi. La differenza sostanziale tra illustrazione e *concept art* risiede proprio nella parola *concept*: se la prerogativa dell'illustrazione vera e propria è di essere visivamente attraente, quella della *concept art* è di essere visivamente comunicativa. Oltretutto, la *concept art* è solo la fase embrionale di sviluppo di un prodotto di intrattenimento visivo mentre l'illustrazione è il prodotto finale stesso: un *concept*, al contrario di un'illustrazione, non deve necessariamente essere finemente curato nei minimi dettagli perché il suo obiettivo è quello di prefigurare idee, di tradurle in immagini e trasmetterle ad altri professionisti in maniera sufficientemente chiara ed efficace (Adams, 2014, pp. 192, 193) (ed è ben noto come spesso uno schizzo possa comunicare e alimentare il dialogo creativo più di un'immagine sovraccarica di dettagli). Certamente, il possesso di solide abilità artistiche è fondamentale per riuscire a dar forma a una rappresentazione visiva dell'idea la più accurata e credibile possibile. Al contempo, però, la *concept art* è soprattutto un processo di immaginazione e iterazione, attraverso il quale si lavora su diverse versioni-visioni della stessa idea fin quando non emerge quella migliore, non solo in termini estetici ma specialmente dal punto di vista funzionale e comunicativo. Nel corso di questo processo iterativo, l'artista, mentre lavora alla definizione di una forma, si rende conto immediatamente di quante forme sta simultaneamente scartando e di quante non vedranno nemmeno la luce (Pierantoni, 1999, p. 128). Non avrebbe dunque senso realizzare immagini maniacalmente curate che offrano ben poco in termini di *design* e *mood* (Pickthall, 2012): l'obiettivo è riuscire a definire con chiarezza e sufficiente carica evocativa un'ambientazione, un personaggio – o più in generale un *asset* – destinato a 'costruire' l'identità di un

Fig. 10
Esempio di
Environment Design.
Concept delle porte
della città di Insomnia
realizzato da Edvige
Faini per il film in
CG *Kingslaive: Final
Fantasy XV* (2016) ©
Square Enix Co. Ltd.

Fig. 11
Le diverse fasi di un
concept realizzato
mediante *digital
painting*, dallo *sketch*
alla veste finale.
Immagini realizzate da
Gilles Beloeil (www.gillesbeloeil.com).



determinato prodotto di intrattenimento visivo. A tale scopo, il *concept artist* produce un *range* di interpretazioni basate sulla *storyline* fornita dalla produzione, sfruttando i mezzi a lui più congeniali (*sketch*, *speed paint*, *3D overpaint*, *digital painting* ecc.), tra le quali verrà scelto il *design* definitivo, che sarà sviluppato dal resto del team di produzione per la 'messa in scena' finale (fig. 7).

'Generi', strumenti e tecniche della *concept art*

Nel corso degli anni, il raggio di azione della *concept art* si è ampliato notevolmente, abbracciando i più svariati campi di applicazione (persino gli spot pubblicitari prevedono il suo impiego in fase di ideazione). Tuttavia, i prodotti dell'industria dell'intrattenimento in cui essa è maggiormente utilizzata e in cui svolge un ruolo cruciale sono quelli di genere *sci-fi* e *fantasy*: è proprio in queste categorie di prodotti che viene richiesto di dar vita a mondi immaginari o alternativi, utopie o distopie, ma anche interpretazioni originali di una determinata epoca storica. Le branche della *concept art* sono principalmente tre: il *Character Design* (personaggi, creature, animali ecc.) (fig. 8), l'*Environment Design* (ambientazioni) (fig. 9) e il *Props Design* (termine mutuato dal teatro, indica gli 'oggetti di scena' quali veicoli, armi, utensili, piccole strutture ecc.) (fig. 10). Dato l'alto livello di specializzazione raggiunto dall'industria dell'intrattenimento e la crescente domanda di prodotti visivamente sempre più accattivanti e spettacolari, i *concept artist* (specialmente i *freelance*) tendono a specializzarsi in una branca specifica, anche se è preferibile riuscire a destreggiarsi tra più generi e stili per essere sufficientemente versatili e poter competere sul mercato (specialmente se si lavora stabilmente all'interno di un team di produzione). Gli stili adottati dipendono, ovviamente, dal prodotto *output* a cui si sta lavorando e dalla visione del regista/*game designer* e variano dalla stilizzazione fino all'iperrealismo/realismo immaginario.

La ricerca formale e figurativa di un *concept artist* oggi è sempre più supportata dalle tecnologie digitali, grazie alle quali il processo di elaborazione mentale che conduce dall'idea alla sua visualizzazione – dall'immaginazione alla subitanea rappresentazione – è stato notevolmente accelerato (Florio, 2012, p. 52). Infatti, questi artisti impiegano per lo più strumenti digitali, sostituendo ai mezzi tradizionali *pen tablet* di varie tipologie (tavoletta grafica

Fig. 12

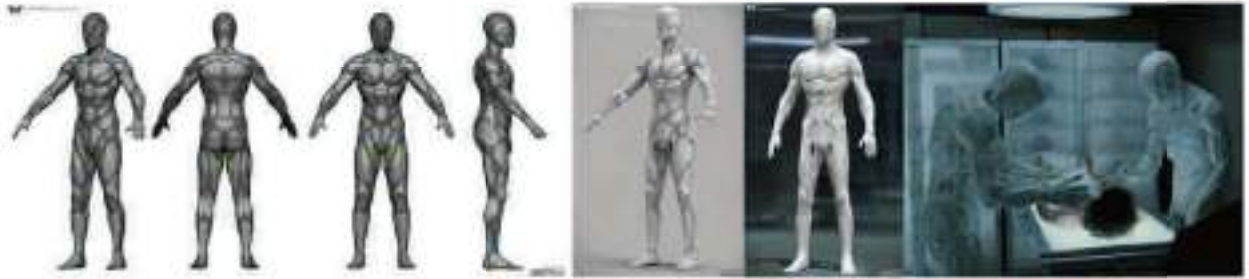
Concept di Luca Nemolato per gli androidi della serie TV *Westworld* targata HBO. Il modello di base è realizzato direttamente in ambiente 3D con *Zbrush* (www.artstation.com/lucanemolato).

Fig. 13

Dai *thumbnail sketches* al *concept* finale. *Concept* di Luca Nemolato per le creature aliene del film *Independence Day: Rigenazione* (2016) (www.artstation.com/lucanemolato).

Fig. 14

Concept di Luca Nemolato per la creatura protagonista del film *La Forma dell'Acqua* (2017) di Guillermo del Toro (www.artstation.com/lucanemolato).



tradizionale, *pen display*, soluzioni portatili *all-in-one*) abbinata a software/app per la pittura digitale (*Adobe Photoshop*, *Procreate*, *Corel Painter*, *Manga Studio* ecc.), ma anche software di modellazione tridimensionale organica come *Zbrush*. Le abilità, le competenze e le conoscenze artistiche possedute da un *concept artist* sono le stesse – replicate in ambiente digitale – di cui si avvalgono gli artisti tradizionali e il successo di un *concept* si basa sulla stessa grammatica visiva (linea, forma, volume, valori tonali, colore) e sulle tecniche dell'arte tradizionale che si sono evolute nel corso di oltre duemila anni (Solarski, 2012). I *concept artist* devono infatti avere padronanza dell'anatomia umana e animale, della prospettiva lineare (a uno, due e tre punti di fuga) e atmosferica, della composizione, della teoria del colore e della luce. Inoltre, essi affiancano alle conoscenze tradizionali tecniche prettamente digitali, prima fra tutte il *digital painting* (fig. 11), che si avvale di una vasta gamma di *brushes* ('pennelli digitali') in grado di simulare gli strumenti e le tecniche artistiche tradizionali (matita, acquerello, aerografo, carboncino, pittura ad olio ecc.). Il mezzo digitale consente anche di integrare *texture* e *pattern* e di lavorare agevolmente e rapidamente su variazioni dello stesso tema, grazie alla possibilità di modificare liberamente e illimitatamente le proprie immagini, di 'annullare' e ripetere azioni, di riprodurre elementi o gruppi di essi, complice anche un processo creativo non lineare ma 'per strati' (*layer*), ognuno indipendente dagli altri. La velocità di esecuzione è un altro elemento caratterizzante il lavoro di un *concept artist* che si trova a dover gestire *deadline* rigorose imposte dalla produzione (Bates, 2004, p. 173), salvaguardando al contempo un alto livello di qualità e di efficacia comunicativa delle immagini realizzate. In questa sede si fa riferimento principalmente alla *concept art* 2D, in quanto ciò che si restituisce alla produzione è un'immagine bidimensionale. Per completezza bisogna tuttavia precisare che i *concept artist* possono lavorare direttamente in ambiente 3D (fig. 12) oppure integrare, mediante *digital painting*, materiali ottenuti tramite modellazione tridimensionale all'interno delle loro immagini bidimensionali; ancora, possono dipingere in digitale su modelli realizzati in 3D ed esportati in 2D (*3D overpaint*). Inoltre, per velocizzare il processo creativo e aumentare il realismo delle immagini, non è raro che vengano sfruttate risorse fotografiche (*photo bashing*), integrate con gli elementi dipinti. In questo senso, i *concept artist* sono figure versatili e interdisciplinari, capaci di controllare diversi mezzi grafici e comunicativi per dar

Fig. 15

Esempi di *model sheet* per comunicare al resto del team di produzione gesti ed espressioni che caratterizzano un personaggio. Disegni di Claire Hummel (www.clairehummel.com).

Fig. 16

Studio del *concept* per il personaggio Gloria di *Fable Legends* dei Lionhead Studios, con *moodboard* e variazioni sul tema. Disegni di Claire Hummel (www.clairehummel.com).



forma visiva alle proprie idee. L'interdisciplinarietà della *concept art* è testimoniata anche dal fatto che, non a caso, professionisti che possiedono un *background* nelle belle arti, nell'illustrazione, nel *graphic design*, nell'*industrial design*, nel *product design* e persino nel *transportation design* lavorino come *concept artist* (Urschel, 2018, p. 10).

L'importanza del *thumbnail sketching* nell'iter creativo di un *concept artist*

Non avrebbe senso tentare di delineare la struttura-tipo del processo creativo di un *concept*, dal momento che ogni team di produzione ha un approccio diverso al dialogo con i *concept artist* e, d'altro canto, ogni *concept artist* ha un *workflow* del tutto personale. È possibile però identificare una serie di pratiche diffuse nell'iter creativo di un *concept*, tra cui vi è sicuramente il *thumbnail sketching*. Come suggerisce il termine stesso, si tratta della prima fase di 'brainstorming grafico' in cui si esplorano rapidamente diverse idee, delle 'anteprime', abbozzando forme e volumi in maniera sufficientemente chiara e sintetica, tale da suggerire gli aspetti fondamentali e caratterizzanti. Ciò consente di identificare, senza sprecare tempo ed energie preziose, le soluzioni più convincenti da sviluppare ulteriormente e di scartare subito quelle che invece risultano essere più deboli, così da restringere il campo delle possibilità. Questa fase embrionale del processo creativo viene solitamente supportata da una *mood board*, una raccolta di riferimenti e ispirazioni (fotografie, illustrazioni, disegni, *concept* di altri ecc.) relativi al tema su cui si sta lavorando, utili a stimolare la creatività e a favorire il flusso di idee.

In particolare, nel *Character Design* (e anche nel *Props*) questa fase è incentrata sullo *sketching* in scala di grigi di sagome, di silhouette, con l'obiettivo di esplorare rapidamente diverse idee e possibilità coerenti con il tema assegnato, senza restrizioni e senza il rischio di perdersi in dettagli superflui (fig. 13). Ciò consente di concentrarsi sull'idea in sé e non sul renderla 'bella da vedere'. Una volta scelta l'idea più convincente, l'approccio alla definizione e caratterizzazione di un personaggio avviene in maniera molto simile a quella di un progetto architettonico: esso viene infatti rappresentato in prospetto frontale, laterale e posteriore per consentirne una visione a 360 gradi (fig. 14). Si aggiungono poi

Fig. 17
*Thumbnail*s realizzati per lo studio di alcuni environment di *Assassin's Creed: Odyssey* (2018). © Ubisoft Entertainment.



rappresentazioni a tre quarti, illustrazioni dinamiche e *model sheet*, per fornire una gamma di espressioni – facciali, gestuali, corporee – che costituiscono il ‘carattere’ del personaggio (figg. 15, 16).

Nel caso dell’*Environment Design*, il *thumbnail sketching*, oltre a essere una fase esplorativa per vagliare diverse idee in breve tempo, è anche un momento di studio fondamentale per il controllo della composizione dell’immagine e la definizione dell’atmosfera globale dell’ambientazione che si vuole evocare. Gli *sketch* di studio vengono realizzati seguendo i principi fondamentali della composizione per la distribuzione delle masse e degli elementi principali in modo tale da indirizzare lo sguardo verso il punto focale dell’immagine e guidare l’osservatore all’interno del bozzetto. Per ottenere una ‘visione’ sintetica dello spazio e renderlo ancor più comprensibile, si chiarisce, mediante scala di grigi, l’articolazione del primo piano, dei piani intermedi e del piano di fondo, utilizzando tonalità più scure per gli elementi più vicini allo spettatore e tonalità più chiare man mano che ci si allontana verso il fondo (fig. 17). Tale operazione, definita *value sketching* o *value composition* restituisce una ‘mappa delle profondità’ dello spazio, spesso supportata dalla prospettiva atmosferica, per sottolineare ulteriormente il senso di profondità laddove necessario. In questa fase esplorativa si ragiona anche sull’illuminazione della scena (*lightning*), vagliando – sempre in scala di grigi – diverse alternative per le sorgenti luminose (concentrate o diffuse) e l’intensità delle stesse e testando eventuali effetti luministici (riflessi, riverberi), scelte da cui dipendono i giochi chiaroscurali caratterizzanti l’immagine finale (fig. 18). All’interno degli scenari rappresentati, la figura umana viene spesso inserita con lo scopo primario di rendere ancor più efficacemente le dimensioni, la scala e la maestosità delle ambientazioni. In seguito, le idee più convincenti vengono portate ad uno stadio di definizione successivo al fine di orientare verso la scelta definitiva, che risulterà in un’immagine estremamente evocativa e suggestiva (fig. 19).

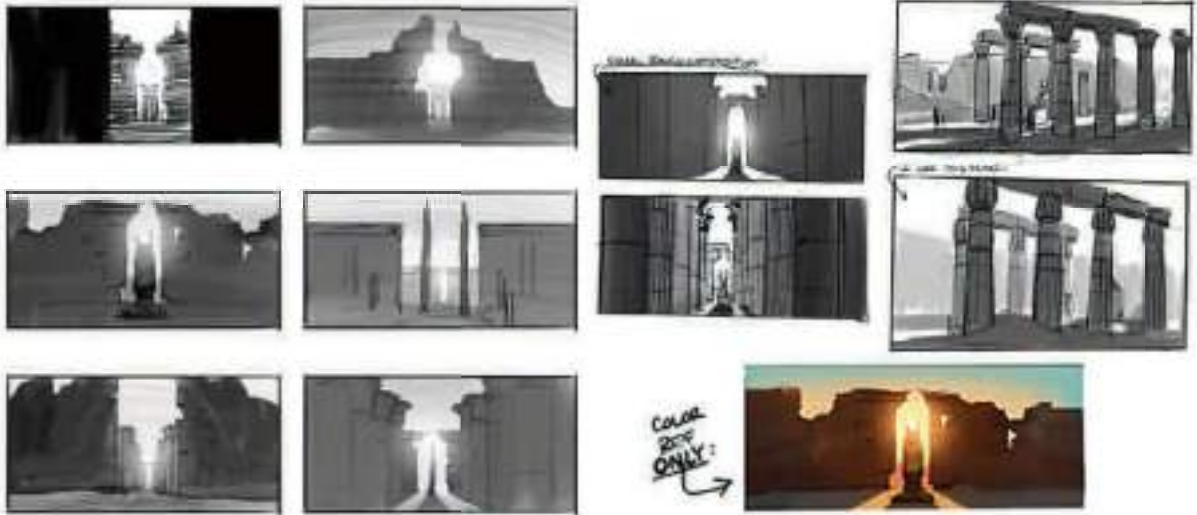
World building e Concept art.

Rappresentare mondi immaginari

Il fascino secolare dei mondi immaginari risiede nella loro capacità di proiettarci in una realtà ‘alternativa’ alla nostra; questo magnetismo ha acquisito maggiore forza nel momento in cui le parole

Fig. 18

Dai *thumbnail sketches* all’*environment* finale. Concept di Claire Hummel per il videogame *In the Valley of Gods* della Campo Santo (www.clairehummel.com).



– pur avendo di per sé uno sconfinato potere evocativo – sono state tradotte in immagini, in forme concrete, seppur ‘mediate’ da un supporto audiovisivo, sia esso un prodotto cinematografico o un videogioco. L’industria dell’intrattenimento ha di fatto aperto portali attraverso i quali questi mondi vengono plasmati, costruiti, arricchiti di dettagli, imprimendosi nella nostra memoria e nutrendo la nostra immaginazione. Quando Tolkien parlava di ‘sub-creazione’ intendeva proprio l’atto di creazione di un ‘Mondo Secondario’, figlio del mondo reale (‘Mondo Primario’), costruito in maniera credibile e coerente per restituire quell’‘intima consistenza della realtà’ che innesca e favorisce la ‘credenza secondaria’ (Tolkien, 1983). La sub-creazione è quella facoltà immaginativa della mente umana che ricombina variamente gli elementi del ‘Mondo Primario’ per costruire nuovi mondi attraverso un gesto artistico. Questi mondi non sono semplicemente degli sfondi atti ad ospitare la narrazione ma sono piuttosto entità dinamiche di natura ‘trasformativa’, trans-mediale e trans-autoriale (Wolf, 2014), frutto di un’‘immaginazione secondaria’ [1] – conscia e deliberata – che dissolve, diffonde, dissipa gli elementi del mondo che ci circonda per creare con essi qualcosa di nuovo, in un vero e proprio atto creativo. Il mondo immaginario, risultato di una ‘sub-creazione’ *tolkieniana*, essendo comunque ‘figlio’ del mondo reale, non è mai del tutto svincolato da quest’ultimo e conserva dei legami più o meno forti con esso. Al loro interno convivono frammenti reali, derive fantastiche, contaminazioni chimeriche e pure invenzioni, organizzate intorno ad una solida impalcatura di ‘leggi logiche interne’. Nel tentativo di dare forma visibile a questi mondi, i *concept artist* attingono al repertorio del reale e dell’esistente per combinarne gli elementi in modi nuovi e inaspettati. I *concept* creati, quindi, difficilmente sono il prodotto della pura immaginazione: essi hanno radici – più o meno profonde – nell’immaginario reale perché se è vero che vediamo ciò che conosciamo (Munari, 2001) è altrettanto vero che rappresentiamo ciò che vediamo (e che quindi già conosciamo). Tale attività immaginativa, se riferita all’*Environment Design*, rievoca l’attività combinatoria e ‘visionaria’ di scenografi come i fratelli Galli Bibiena che combinavano immagini del reale per realizzare fondali dalla suggestiva teatralità, o di Piranesi che con le sue visionarie *Carceri* attingeva al repertorio dell’antichità romana in maniera molto simile a quanto facevano Canaletto o Belotto nei loro *capricci* (Ansaldi, 2020) e più tardi l’architetto russo Yakov Chernikhov nelle sue fantasie architettoniche (fig. 19).

Fig. 19

Un collage di *concept art* ed opere tradizionali. Dall’alto verso il basso, da sinistra verso destra: bozzetto scenico di Giuseppe Galli Bibiena (XVIII secolo); *concept art* per *Assassin’s Creed Brotherhood* (2010) di Donglu Yu © Ubisoft Entertainment; incisione tratta dai *Carceri d’invenzione* di Piranesi (XVIII secolo); *environment design* di *Assassin’s Creed Syndicate* (2015) di Fernando Acosta © Ubisoft Entertainment; *environment design* di *Assassin’s Creed Revelations* (2011) © Ubisoft Entertainment; Bernardo Belotto, *Capriccio con rovine antiche* (XVIII secolo); Canaletto, *Capriccio con rovine classiche* (1723); Bernardo Belotto, *Capriccio con Campidoglio* (1742); *environment design* di *Assassin’s Creed Brotherhood* (2010) © Ubisoft Entertainment; due disegni di Yakov Chernikhov risalenti agli anni ‘30 del Novecento; *environment design* per la città di Insomnia in *Kingdom Hearts: Final Fantasy XV* (2016) di Edvige Faini © Square Enix Co. Ltd. Fig. 20



Il primo *step* nel *workflow* di un *concept artist* è, per l'appunto, una ricerca approfondita di *reference* sulla base di una rigorosa analisi delle descrizioni fornite dalla produzione. Lavorare come *concept artist* richiede un costante rinnovamento del proprio repertorio visivo di idee, in modo tale da essere in grado di richiamare e combinare in maniera significativa, creativa e originale elementi noti dell'immaginario reale. Come se si trattasse di un database di forme e temi estetici a cui attingere per dar vita ai propri *concept*. Non a caso, al tempo in cui non si poteva ancora contare su internet, gli illustratori costruivano i cosiddetti *morgue* (Nelson, 2019), preziosi faldoni contenenti rappresentazioni di diverse epoche storiche, esempi e riferimenti di altri illustratori, fotografie, taccuini di viaggio, collezioni di immagini e ispirazioni, il tutto raccolto nel corso di anni di ricerche nelle biblioteche. Nell'era digitale, con l'accesso illimitato ed immediato ad una molteplicità di fonti e risorse sul web e grazie alla diffusa condivisione di materiali *online*, abbiamo a disposizione un numero pressoché infinito di *reference* per costruire un personale *database* virtuale di idee visuali, un esteso '*morgue* digitale' potenzialmente sconfinato. I *concept* rappresentano, quindi, il risultato della combinazione inventiva di forme (anatomiche, naturali, architettoniche), aggiungendo alla tradizionale rappresentazione di elementi reali livelli di significato inediti, quali la finzione, l'artefatto, l'accostamento inaspettato, l'insolito, l'originale, l'allegoria, la licenza poetica. Tali pratiche introducono la dimensione immaginativa all'annotazione di dati reali: non si tratta di rappresentare il visibile in maniera soggettiva ma di mescolare il visibile con l'immaginazione attraverso l'arte, decomponendo la realtà e ricomponendola in un nuovo apparato, in un universo fittizio ma che appare credibile e coerente agli occhi dello spettatore.

Conclusioni

Nel presente contributo si è cercato di sintetizzare e illustrare gli aspetti principali della *concept art* per l'industria dell'intrattenimento, forma d'arte dell'era digitale al servizio del *visual development* di prodotti di intrattenimento visivo. Nell'indagine bibliografica sul tema si è riscontrato un numero molto esiguo di fonti e riferimenti, mettendo in luce il fatto che si tratti di una disciplina scarsamente indagata da un punto di vista teorico rispetto ad altre forme d'arte. Il valore della *concept art* in quanto metodologia –

Fig. 20

Dai *thumbnail sketches* all'*environment* finale. *Value sketches* e *concept* finali di Gilles Beloeil realizzati per *Assassin's Creed: Origins* (2017). © Ubisoft Entertainment (www.gillesbeloeil.com).

Fig. 21

In alto, *concept art* per Kingslaive: *Final Fantasy XV* (2016). In basso, due *concept* realizzati per il progetto *Lords for the Ring* ispirato all'universo tolkeniano da Edvige Faini.



creativa, tecnica 'poietica' e di invenzione visuale nonché il suo ruolo di catalizzatore di memoria e immaginario collettivi attraverso l'immaginazione sono dunque ancora scarsamente indagati e studiati. Si è cercato quindi di fornire una panoramica quanto più ampia possibile sulla *concept art*, discutendone sinteticamente obiettivi, motivazioni, generi, mezzi e tecniche, senza la pretesa ambiziosa di restituire un inquadramento teorico esaustivo e completo, impossibile da comprimere all'interno dei confini di un solo contributo. Della *concept art* si è sottolineato in particolare il ruolo di 'ambasciatore visivo di idee' nell'ambito dei team di produzione, chiarendo come sia proprio la parola *concept* a differenziarla dall'illustrazione vera e propria. Si è inoltre evidenziata la sua importanza nella costruzione dell'architettura visuale di mondi immaginari, proponendo un parallelo con la teoria *tolkeniana* della sub-creazione: i 'mondi secondari', oltre ad essere costruiti con le parole in letteratura, vengono costruiti con le immagini per i prodotti dell'industria dell'intrattenimento (figg. 21, 22). L'istituzione di percorsi formativi dedicati alla *concept art* anche in Italia (Scuola Italiana di Comix, Nemo Academy, Big Rock, Rainbow Academy, Event Horizon, Idea Academy) è il segnale che questa professione sta diventando più popolare e riconosciuto anche nel nostro paese, benché abbia un mercato ancora prevalentemente estero. In conclusione, la *concept art* si configura come un ibrido di illustrazione e design, che dal design mutua il carattere progettuale e comunicativo, rivendicando al contempo l'espressione artistica libera da vincoli strettamente funzionali propria dell'illustrazione tradizionale. Il contributo creativo della *concept art* si esplica con la massima forza specialmente nella costruzione di mondi immaginari che affondano le proprie radici nel reale per mettere in scena un nuovo immaginario, in un palinsesto di realtà e fantasia.

Note

[1] Wolf richiama la distinzione tra "immaginazione primaria" ed "immaginazione secondaria" teorizzata da Samuel T. Coleridge in *Biographia Literaria*. L'immaginazione primaria è subconscia e comune a tutti gli esseri umani; essa ci consente di coordinare ed interpretare i dati sensoriali, trasformandoli in percezioni attraverso le quali conosciamo il mondo che ci circonda. L'immaginazione secondaria è invece un vero e proprio atto creativo, cosciente e intenzionale: è la 'facoltà poetica', che non solo dà forma e ordine al mondo reale, ma può costruire nuovi mondi.

Fig. 22
Concept art per *Assassin's Creed: Unity* (2014) e *Assassin's Creed: Brotherhood* (2010) di Gilles Beloeil. © Ubisoft Entertainment.



Ringraziamenti

Ringrazio di cuore questi incredibili artisti per il loro prezioso supporto e per avermi concesso di utilizzare i loro magnifici lavori, fornendomi un ricco ed efficace apparato iconografico per questo contributo. Si tratta di (in ordine alfabetico): Gilles Beloeil, Senior Concept Artist at Ubisoft (www.gillesbeloeil.com); Edvige Faini, freelance concept artist, illustratrice e Art Director (www.edvigefaini.com); Claire Hummel, Art Director (www.clairehummel.com), Luca Nemolato, freelance concept artist e Art Director (www.artstation.com/lucanemolato). Un ringraziamento speciale va anche ad Ubisoft Entertainment e Antoine Cezynski, per avermi dato la possibilità di corredare questo saggio con i concept tratti dalla loro rinomata serie di videogiochi Assassin's Creed.

Bibliografia

- Adams, E. (2014). *Fundamentals of Game Design*. Pearson Education, Inc.
- Ansaldi, B. (2020). Imaginative realism then and now. La rappresentazione di spazi immaginari tra arte, scenografia e concept art. In AA.VV. *La città palinsesto. Tracce, sguardi e narrazioni sulla complessità dei contesti urbani storici*. FedOA - Federico II University Press.
- Bares, B. (2004). *Game design*. Thomson Course Technology PTR.
- Faini, E. (2016, ottobre). Ho sempre disegnato, dacché ne ho memoria, per creare mondi fantastici... [Intervista]. Rill. <<https://www.rill.it/node/756>> (ultimo accesso 2020, 9 settembre).
- Florio, R. (2012). *Sul disegno. Riflessioni sul disegno di architettura*. Officina Edizioni.
- Ghez, D. (2015). *They Drew as They Pleas'd: The Hidden Art of Disney's Golden Age*. Chronicle Books.
- Munari, B. (2001). *Design e comunicazione visiva*. Laterza.
- Nelson, M. (2019). *Fantasy World-Building: A Guide to Developing Mythic Worlds and Legendary Creatures*. Dover Publications.
- Pantouvaki, S. (2010). Visualising Theatre: Scenography from Concept to Design to Realisation. In M. Raesch (ed.), *Mapping Minds*. Inter-Disciplinary Press.
- Pickrhall, J. (2012, 6 novembre). Just what is concept art? Creativebloq. <<https://www.creativebloq.com/career/what-concept-art-11121155>> (ultimo accesso 2020, 20 dicembre).

- Pierantoni, R. (1999). *Forma fluens, fluxus, formae*. In R. Pierantoni, *Forma fluens, il movimento e la sua rappresentazione nella scienza, nell'arte e nella tecnica*. Bollati Boringhieri.
- Solarski, C. (2012). *Drawing Basics and Video Game Art*. Watson-Guptill Pubns. edizione del Kindle.
- Tolkien, J. R. R. (1983). On Fairy-Stories. In J. R. R. Tolkien, *The Monsters and the Critics and Other Essays*. HarperCollins.
- Urschel, J. (2018). What is concept art?. In 3d Total Publishing (ed.), *The Ultimate Concept Art Career Guide*. 3d Total Publishing.
- Wolf, M. J. P. (2012). *Building Imaginary Worlds: The Theory and History of Subcreation*. Taylor and Francis.