

---

**Progetto 1**

**LANFRANCO ART DIRECTOR**  
**COBELO ILLUSTRATORE**

---

MATERIA: ILLUSTRAZIONE

**Vittorio lanfranco**

IAAD.

---

# POWER & PRESTIGE

- **Mi è stato commissionato di ricercare un illustratore per un'illustrazione per la rivista Collettive Dry per rappresentare l'articolo: Power & prestige. L'articolo parla del potere che le persone provano nell'indossare gioielli e gadget di lusso ed è stato scritto dal filosofo Byung-Chul Han.**
  - **Il brief preparato da me ha in allegato il lavoro di altri tre illustratori a cui avrei potuto commissionare il progetto. Byung-Chul Han, nel suo saggio sul potere, esplora come questo concetto sia tradizionalmente ridotto a una relazione diretta in cui chi detiene il potere, impone la sua volontà sugli altri. Tuttavia, il filosofo sottolinea la necessità di una visione più ampia, riconoscendo che il potere può anche agire in modo sottile, condizionando dall'interno e influenzando le scelte delle persone comuni. Il potere è un fenomeno complesso, presente in tutti gli aspetti della vita sociale e culturale, richiede una comprensione profonda delle sue dinamiche, inclusa la libertà e il carisma. Il potere delle idee, in particolare, è visto come il più potente, capace di trasformare il mondo e di evolversi continuamente. In fine per la realizzazione dell'illustrazione il candidato a cui avrò commissionato il lavoro dovrà realizzare tre bozze, e un'illustrazione finale dopo aver scelto la bozza più efficace.**
-

---

# BRIEF

➤ Questa pubblicità sarà rivolta principalmente ad un pubblico interessato a tematiche sociali e politiche, persone di cultura, persone di classe che anno molta considerazione del loro aspetto.

La pubblicità deve comunicare l'idea di potere trasmessa da accessori di lusso. Deve emanare un senso di intensità e tensione, ma anche di profondità e riflessione. Dovrebbe invitare l'osservatore a interrogarsi sul ruolo che il potere gioca nella propria vita e nella società.

L'elemento principale della pubblicità sono i gioielli e gli accessori di lusso, quindi almeno un elemento dovrà essere illustrato.

La pubblicità deve attirare l'attenzione e stimolare una riflessione profonda sul tema, incitando lo spettatore a considerare il potere non solo nella sua dimensione tradizionale, ma anche nelle sue sfaccettature più nascoste e dinamiche.

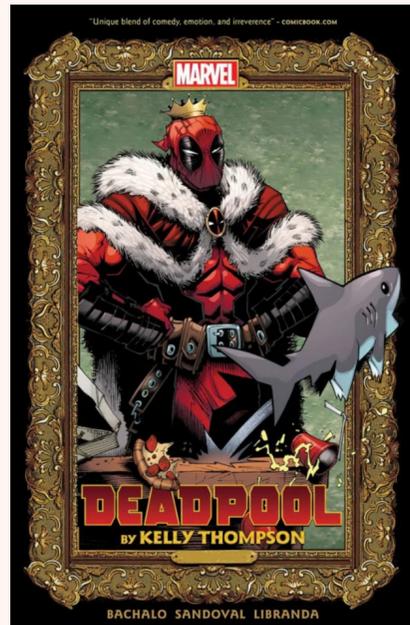
**Deadline: l'illustrazione finale deve essere consegnata entro 20/09/24, con eventuali revisioni da completare entro il 17/09/24.**

---

---

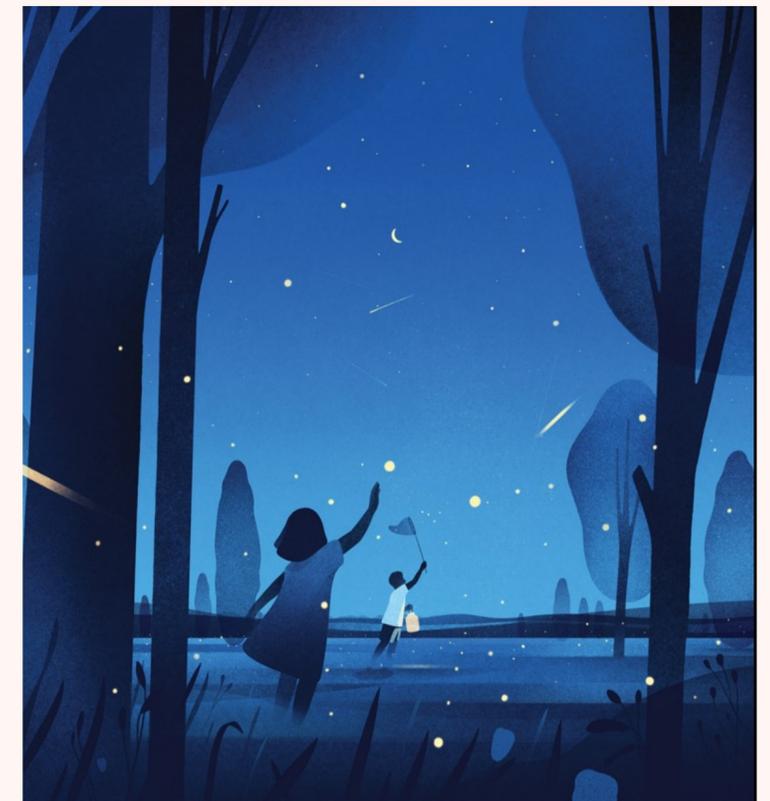
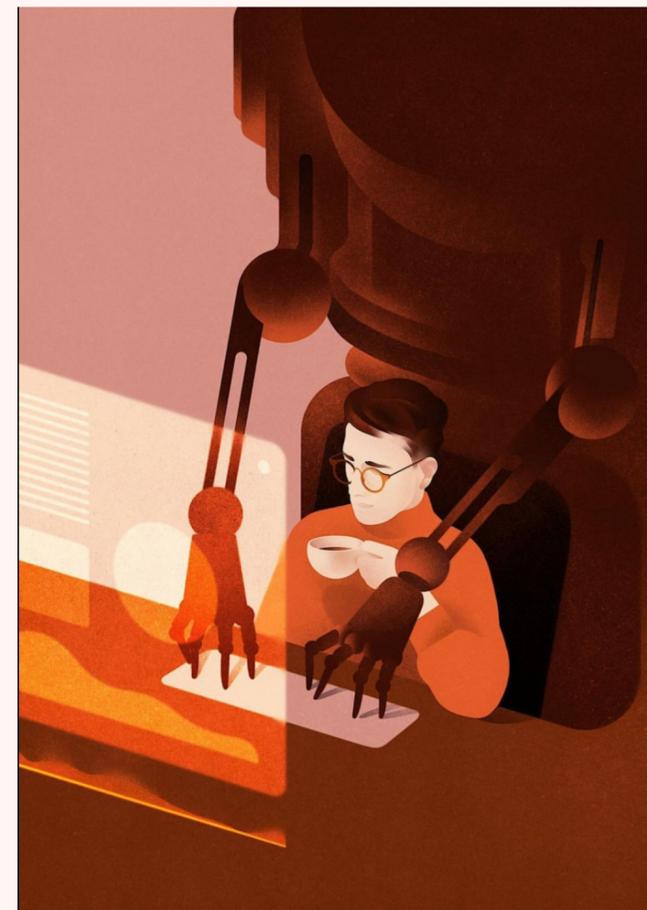
# ILLUSTRATORI

Kelly Thompson è una Illustratrice nota per il suo stile elegante e sofisticato, che si adatta perfettamente a campagne di moda e lusso. Le sue illustrazioni combinano dettagli raffinati e una palette di colori che esprime un senso di raffinatezza, ideale per valorizzare gioielli e accessori. Prima era fotografa.



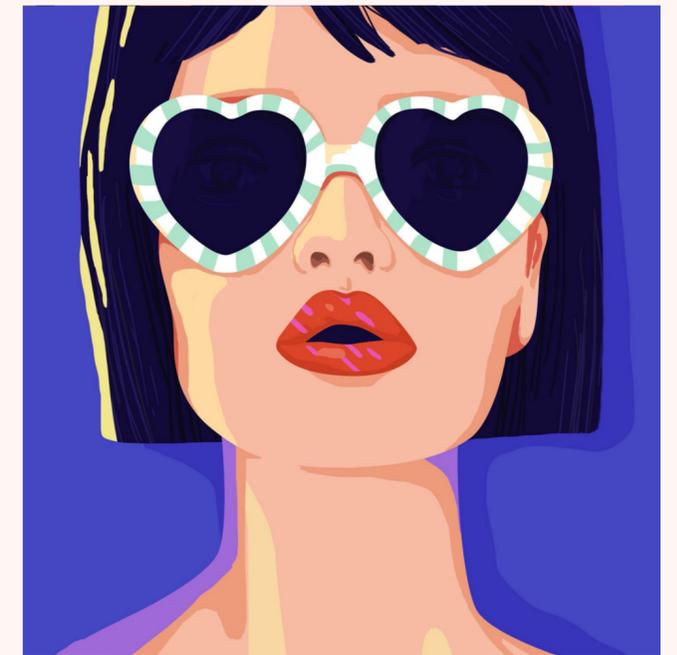
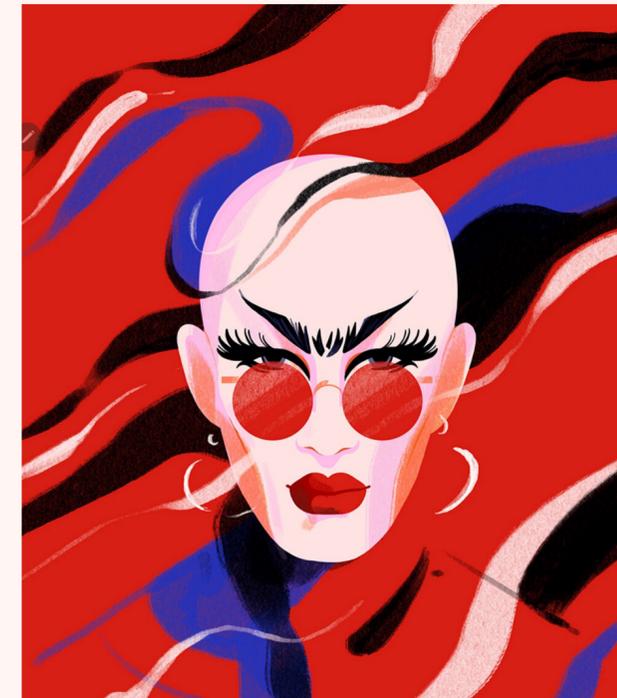
---

**Karolis Strautniekas è conosciuto per il suo stile minimalista e simbolico, che spesso esplora temi complessi come il potere, la politica e la società. Le sue illustrazioni utilizzano giochi di ombre e luci per creare atmosfere dense e riflessive, perfette per rappresentare concetti filosofici profondi.**



---

**Petra Eriksson, con i suoi colori vibranti e composizioni potenti, può dare un senso di energia e potere all'immagine. Il suo stile è perfetto per trasmettere un'idea di gioielleria contemporanea e di empowerment.**



---

**Fernando Cobelo, insegnante allo IAAD. è noto per il suo stile minimalista e delicato. Le sue illustrazioni spesso rappresentano figure umane stilizzate, con espressioni emotive profonde e universali, esplorando temi come la solitudine, i sogni e le emozioni interiori. Usa colori tenui e spazi vuoti per creare un senso di leggerezza e intimità, mentre i dettagli, come oggetti simbolici o elementi della natura, contribuiscono a dare profondità e significato alle sue opere.**



---

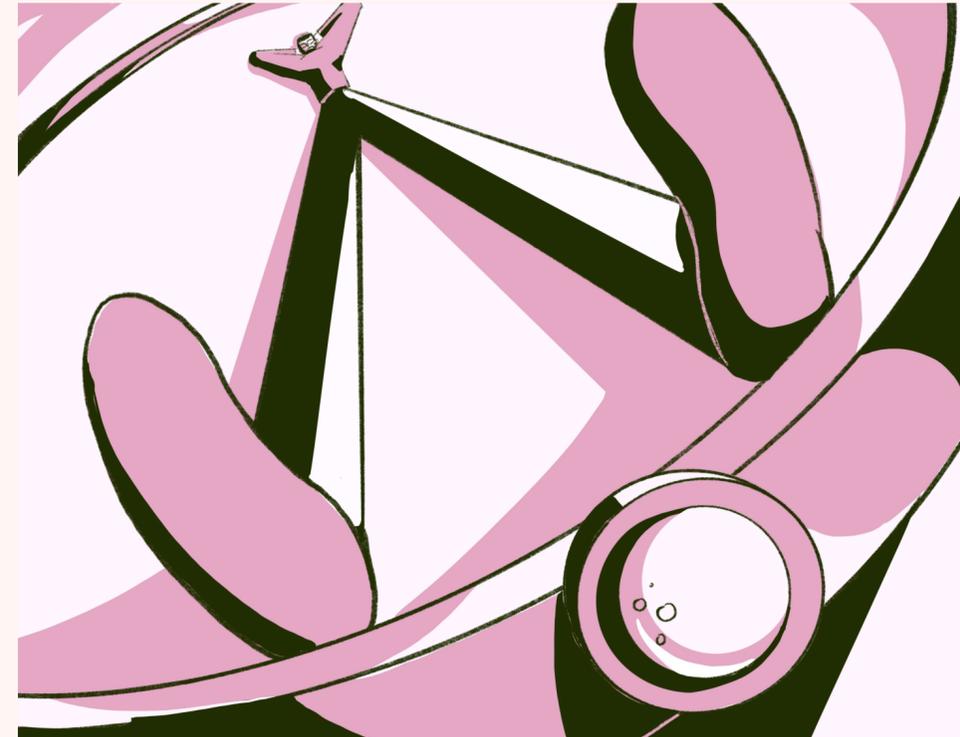
# ILLUSTRATORE

La scelta è caduta sul professore, proprio per il suo stile minimalista e per le sue figure umane stilizzate. Mi hanno colpito molto le sue rappresentazioni templi, ma che sanno trasmettere espressioni emotive profonde e universali. Proprio uno dei temi che vorrei fosse rappresentato, perché il potere e il prestigio trasmesso da accessori o gioielli, influenza molte persone, per non dire tutto il mondo. Come spiega il filosofo tutti ambiscono a questo potere. In conclusione penso che sia quello più adatto, proprio per il fatto che il significato che esprime è universale e lo racconta con linee semplici ma d'

---

---

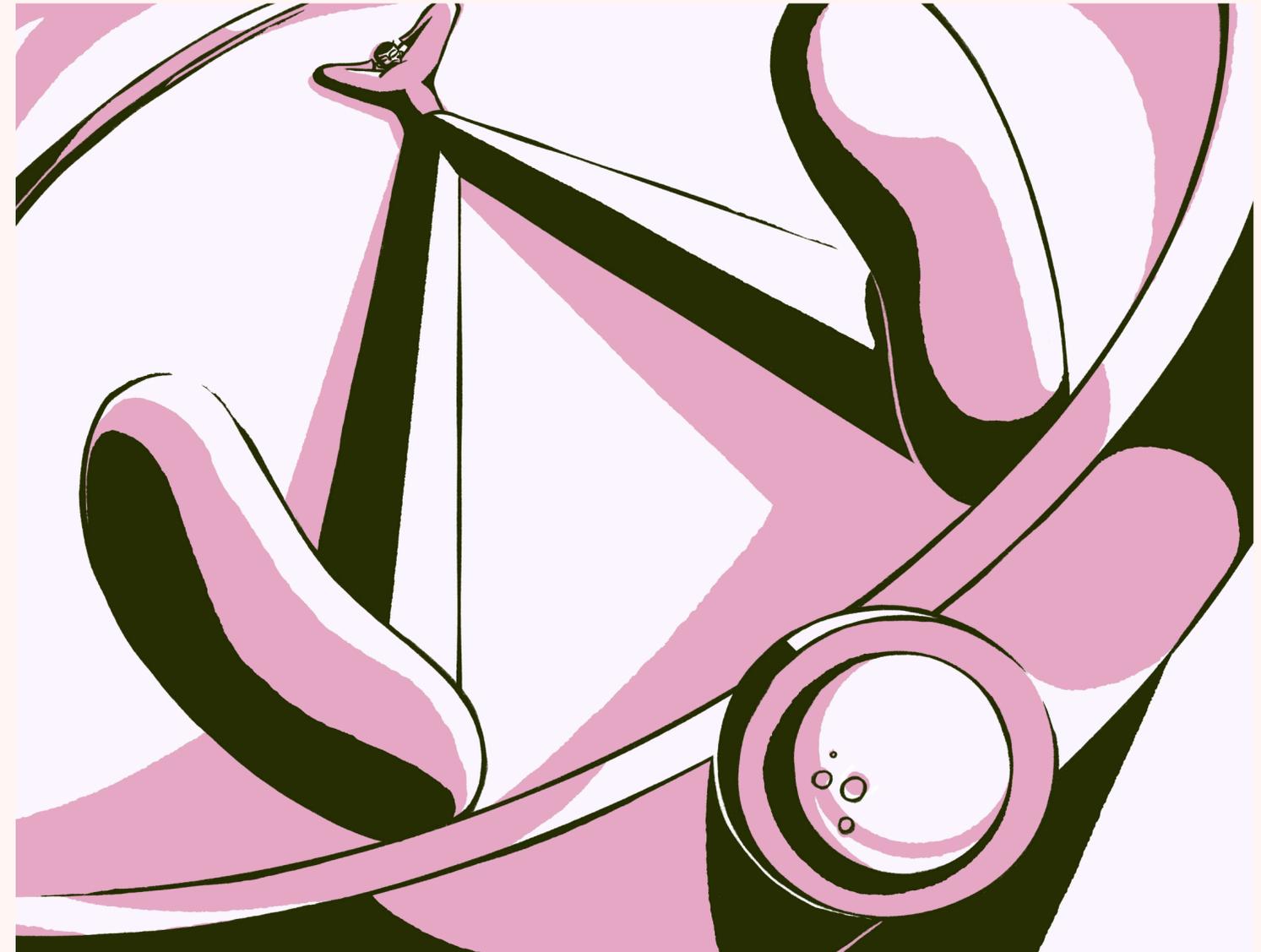
# BOZZE



---

# DEFINITIVA

- **Scelta, perché esprime il concetto di potere diverso da quello che ci potremmo aspettare. Il soggetto è tranquillo, sereno e soprattutto si sente protetto, quando indossa il suo anello. Si vede che è superiore, ma non lo mostra con aggressione.**



# LAYOUT

## POWER & PRESTIGE

Byung-Chul Han

Che cos'è il potere? - si è chiesto Byung-Chul Han, uno dei filosofi contemporanei più interessanti e seguiti a livello internazionale. Difficile rispondere, o forse no, spiega nel suo omonimo saggio, perché in realtà basta partire dal fatto che esso è stato quasi sempre ridotto a quella che lui definisce "una relazione causale diretta". Chi lo detiene, infatti, si impone su chi lo subisce determinandone il comportamento a prescindere dalla sua volontà. Il rischio, però, è che se si sottolinea esclusivamente questa logica, si riesce a percepirne il lato violento e costrittivo, senza coglierne le dinamiche più nascoste e complesse mediante cui il potere stesso agisce. Bisogna, quindi, ampliarne l'analisi, individuando proprio nella libertà il suo presupposto e comprendendo che esso può essere esercitato non solo contro l'altro, ma anche condizionandolo dall'interno, fino ad arrivare ad una (nuova) chiave di volta della vita sociale e politica. Il desiderio di potere è davvero "il demone degli uomini", come disse Nietzsche e il suo concetto corre lungo la riflessione politica della modernità segnandone la storia e il tratto caratteristico di un gioco ricco di continuità e problemi. Il potere c'è, questo è innegabile, è ambito da tutti - anche da chi non lo ammeterà mai - e tutti possono averlo. "The people have the power", canta nel suo ritornello più famoso Patty Smith. Esso rappresenta una fitta rete di concetti che ancora oggi definisce l'orizzonte del nostro pensare ed è tutto ciò che ci circonda, dalla società alla politica, dall'arte alla moda. Chi lo esercita - questo non bisogna dimenticarlo mai - è una persona con tutto il suo carico fisico, intellettuale ed emotivo.

È uno spazio inquieto in cui non è sempre facile trovare un equilibrio, un qualcosa che ama "impastarsi" di umano, imponendoci scelte etiche su una scena in cui - volenti o no - ci siamo tutti. La cosa più complicata, questo è sicuro, è capire con quale parte, come adoperarlo e con quali motivazioni. La moda in sé esercita per stagioni senza stagioni il proprio potere come vuole: cambiando, rivoluzionando e influenzando il già visto e ciò che c'è ancora da vedere, insegnandoci comunque a riscoprire la nostra eccellenza personale attraverso quello più vero: il potere del carisma. Tutti possiamo coltivarlo partendo da dentro di noi e da noi stessi. Può essere legato all'estroversione, al successo, alla prima impressione o a tutte queste cose insieme. Il bling ring, quell'anello "sbrilluccicoso" o luccicante che dir si voglia che ha ispirato l'omonimo film di Sofia Coppola (ma prima ancora il libro di Nancy Jo Sales da cui è tratto), attrae tutti, perché siamo delle "Povere Creature" - per dirla alla Yorgos Lanthimos, citando il suo magnifico film in odore di Oscar - o di sicuro delle figure dall'incedere traballante su quel palcoscenico che è la vita, come ricorda l'incedere privo di coordinamento delle modelle in passerella di Margiela



Fernando Cobelo



Haute Couture disegnata da quel genio di John Galiano per la sua Artisanal. Un monito, il suo, a restare in equilibrio nonostante tutto, tra oggetti status symbol e continui lost in translation esistenziali. In tempi di crisi che svelano il meglio di una comunità nazionale o il peggio, anche in termini di potere - viva dunque il potere delle parole, il potere dato all'educazione e con l'educazione, viva il potere del cambiamento e viva anche il suo dubbio, il più rilevante che gli uomini possano coltivare. Capirne i meccanismi significa conoscere quali sono le logiche di selezione e promozione sociale di una nazione, quale sia la sua identità. Il potere più bello? Il potere delle idee, non vi è alcun dubbio, perché le stesse sono pronte a cambiare il mondo, a non farlo restare fermo nella sua (eventuale) staticità. L'idea è il fondamento della realtà, è archetipo ed essenza, è un punto di partenza per analizzarlo, ma anche il presupposto basilare di ogni sua evoluzione. Un'idea, che è poi tra le basi del potere, la vediamo "con gli occhi o con l'intelletto", diceva Platone, ma in ogni caso occorre darle fiducia, farla uscire allo scoperto. In pratica, bisogna condividerla. Facile, direte voi, in un mondo social come il nostro, ma non è affatto scontato. Per riuscirci, occorre dialogare con il maggior numero di persone possibile raccogliendo opinioni, intenzioni e propositi, occorre allargare i nostri orizzonti di pensiero per realizzare dei progetti, considerare quelle idee stesse come nostra linfa vitale. Esse infatti vivono, mutano, si allontanano e si esauriscono, pronte a tornare con nuove vesti per ricominciare un nuovo ciclo. Esse ritornano, questo è vero, ma hanno bisogno il più possibile di noi per lasciarsi andare.

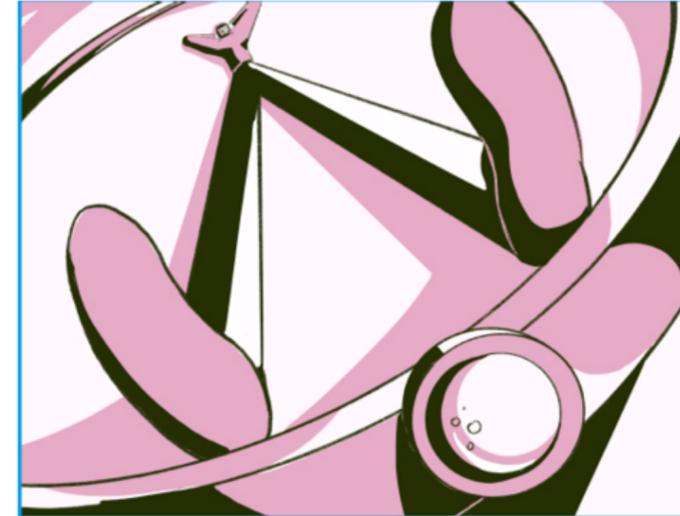
# LAYOUT CON ILLUSTRAZIONE

## POWER & PRESTIGE

Byung-Chul Han

Che cos'è il potere? - si è chiesto Byung-Chul Han, uno dei filosofi contemporanei più interessanti e seguiti a livello internazionale. Difficile rispondere, o forse no, spiega nel suo omonimo saggio, perché in realtà basta partire dal fatto che esso è stato quasi sempre ridotto a quella che lui definisce "una relazione causale diretta". Chi lo detiene, infatti, si impone su chi lo subisce determinandone il comportamento a prescindere dalla sua volontà. Il rischio, però, è che se si sottolinea esclusivamente questa logica, si riesce a percepirne il lato violento e costrittivo, senza coglierne le dinamiche più nascoste e complesse mediante cui il potere stesso agisce. Bisogna, quindi, ampliarne l'analisi, individuando proprio nella libertà il suo presupposto e comprendendo che esso può essere esercitato non solo contro l'altro, ma anche condizionandolo dall'interno, fino ad arrivare ad una (nuova) chiave di volta della vita sociale e politica. Il desiderio di potere è davvero "il demone degli uomini", come disse Nietzsche e il suo concetto corre lungo la riflessione politica della modernità segnandone la storia e il tratto caratteristico di un gioco ricco di continuità e problemi. Il potere c'è, questo è innegabile, è ambito da tutti - anche da chi non lo ammeterà mai - e tutti possono averlo. "The people have the power", canta nel suo ritornello più famoso Patty Smith. Esso rappresenta una fitta rete di concetti che ancora oggi definisce l'orizzonte del nostro pensare ed è tutto ciò che ci circonda, dalla società alla politica, dall'arte alla moda. Chi lo esercita - questo non bisogna dimenticarlo mai - è una persona con tutto il suo carico fisico, intellettuale ed emotivo.

È uno spazio inquieto in cui non è sempre facile trovare un equilibrio, un qualcosa che ama "impastarsi" di umano, imponendoci scelte etiche su una scena in cui - volenti o no - ci siamo tutti. La cosa più complicata, questo è sicuro, è capire con quale parte, come adoperarlo e con quali motivazioni. La moda in sé esercita per stagioni senza stagioni il proprio potere come vuole: cambiando, rivoluzionando e influenzando il già visto e ciò che c'è ancora da vedere, insegnandoci comunque a riscoprire la nostra eccellenza personale attraverso quello più vero: il potere del carisma. Tutti possiamo coltivarlo partendo da dentro di noi e da noi stessi. Può essere legato all'estroversione, al successo, alla prima impressione o a tutte queste cose insieme. Il bling ring, quell'anello "sbrilluccicoso" o luccicante che dir si voglia che ha ispirato l'omonimo film di Sofia Coppola (ma prima ancora il libro di Nancy Jo Sales da cui è tratto), attrae tutti, perché siamo delle "Povere Creature" - per dirla alla Yorgos Lanthimos, citando il suo magnifico film in odore di Oscar - o di sicuro delle figure dall'incedere traballante su quel palcoscenico che è la vita, come ricorda l'incedere privo di coordinamento delle modelle in passerella di Margiela



Fernando Cobelo



Haute Couture disegnata da quel genio di John Galiano per la sua Artisanal. Un monito, il suo, a restare in equilibrio nonostante tutto, tra oggetti status symbol e continui lost in translation esistenziali. In tempi di crisi che svelano il meglio di una comunità nazionale o il peggio, anche in termini di potere - viva dunque il potere delle parole, il potere dato all'educazione e con l'educazione, viva il potere del cambiamento e viva anche il suo dubbio, il più rilevante che gli uomini possano coltivare. Capirne i meccanismi significa conoscere quali sono le logiche di selezione e promozione sociale di una nazione, quale sia la sua identità. Il potere più bello? Il potere delle idee, non vi è alcun dubbio, perché le stesse sono pronte a cambiare il mondo, a non farlo restare fermo nella sua (eventuale) staticità. L'idea è il fondamento della realtà, è archetipo ed essenza, è un punto di partenza per analizzarlo, ma anche il presupposto basilare di ogni sua evoluzione. Un'idea, che è poi tra le basi del potere, la vediamo "con gli occhi o con l'intelletto", diceva Platone, ma in ogni caso occorre darle fiducia, farla uscire allo scoperto. In pratica, bisogna condividerla. Facile, direte voi, in un mondo social come il nostro, ma non è affatto scontato. Per riuscirci, occorre dialogare con il maggior numero di persone possibile raccogliendo opinioni, intenzioni e propositi, occorre allargare i nostri orizzonti di pensiero per realizzare dei progetti, considerare quelle idee stesse come nostra linfa vitale. Esse infatti vivono, mutano, si allontanano e si esauriscono, pronte a tornare con nuove vesti per ricominciare un nuovo ciclo. Esse ritornano, questo è vero, ma hanno bisogno il più possibile di noi per lasciarsi andare.

---

**Progetto 2**

**LANFRANCO ILLUSTRATORE**  
**COBELO ART DIRECTOR**

---

MATERIA: ILLUSTRAZIONE

**Vittorio lanfranco**

IAAD.

---

# BRIEF

- **Fernando Cobelo mi ha commissionato un progetto che ha come oggetto la creazione di un poster pubblicitario, per un evento che organizza Zanichelli in collaborazione con la ricercatrice con Ornella Croazza. Questo evento informerà e sensibilizzerà gli insegnanti sull'argomento delle nuove dipendenze portate dall'era digitale che gli studenti stanno subendo.**
  - **Essendo questo un'argomento delicato e pesante, l'illustrazione dovrà riportare il problema, nonché l'argomento principale in chiave leggera e invogliare l'osservatore a partecipare all'evento.**
  - **L'illustrazione dovrà seguire la palette del layout deciso con l'art director, volendo con l'aggiunta di un colore che dovrà essere adeguato.**
-

# BOZZE

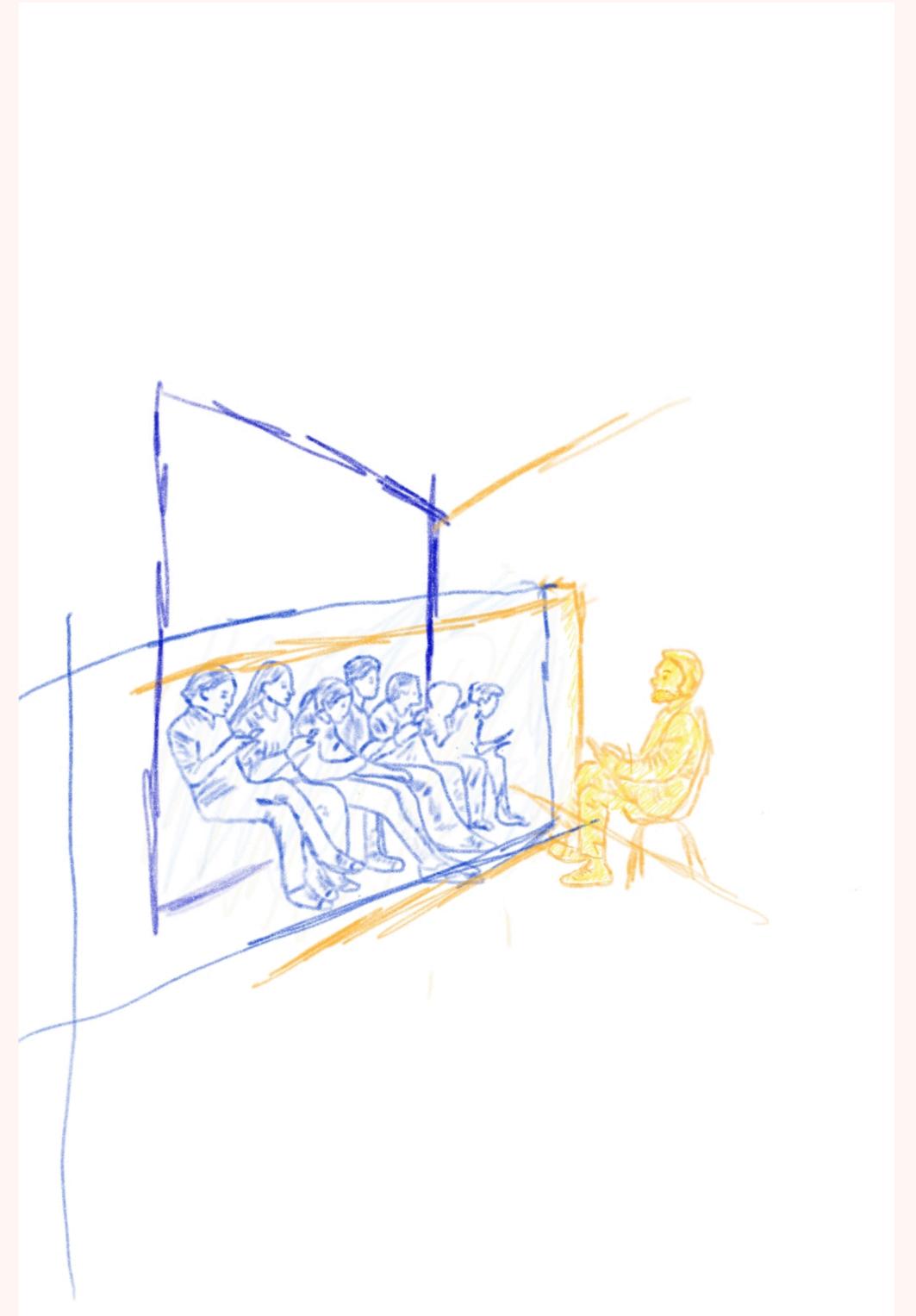
- **L'illustrazione rappresenta l'isolamento portato dalla dipendenza delle app digitali. Il ragazzo ha lo sguardo perso e con la mano in avanti che cerca di afferrare una mano gialla, questa mano è quella del professore che è lì per aiutare lo studente e tirarlo fuori da questo labirinto di cavi e app.**



- 
- **La seconda bozza illustrazione è stata creata per l'altra tipologia di layout dove un elemento di esso viene incluso nell'illustrazione. La clessidra rappresenta il tempo che i giovani perdono stando dietro alle dipendenze da internet, infatti il ragazzo è dietro a questa clessidra con la mano che si sporge sempre verso quella dell'insegnante in cerca di aiuto.**



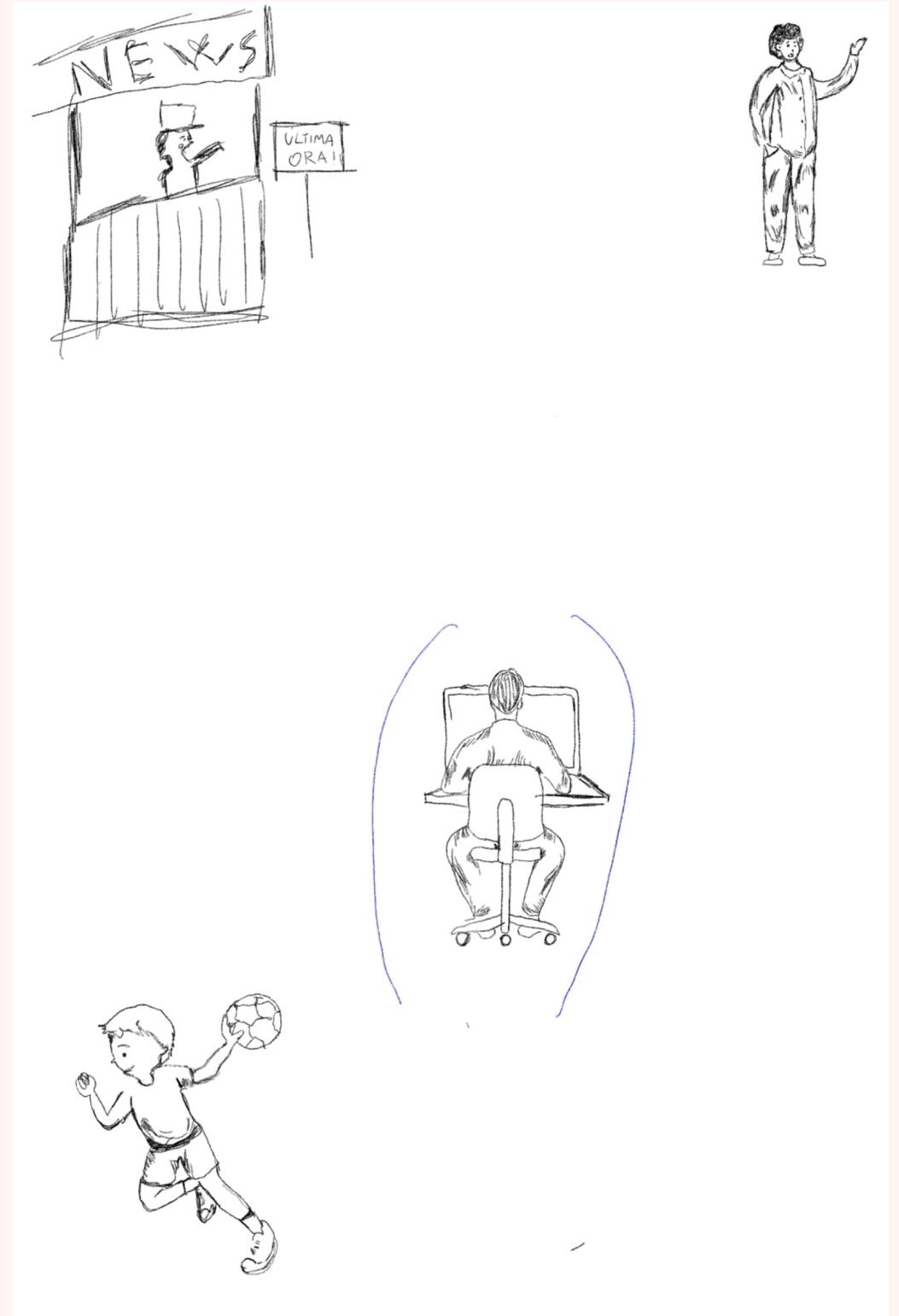
- **Terza bozza viene rappresentata una scena di vita comune in una classe dove l'insegnante che spiega alla classe che spesso è distratta dai telefoni. Infatti in mezzo alla stanza c'è questo muro bicolore: blu e giallo, giallo per apertura mentale e la salvezza dalla dipendenza, infatti l'insegnante è sereno e seduto perché ha fiducia. Mentre il blu è per la dipendenza, infatti gli studenti hanno tutti la testa china.**



- 
- **Quarta bozza: è l'osservatore che fa parte dell'illustrazione. Sullo schermo del telefono cellulare c'è un post. Questo post rappresenta l'isolamento portato dai social network, anche se puoi scrivere a chi vuoi, quando vuoi e dove vuoi, spesso vengono abusati e scambiati per reali relazioni.**

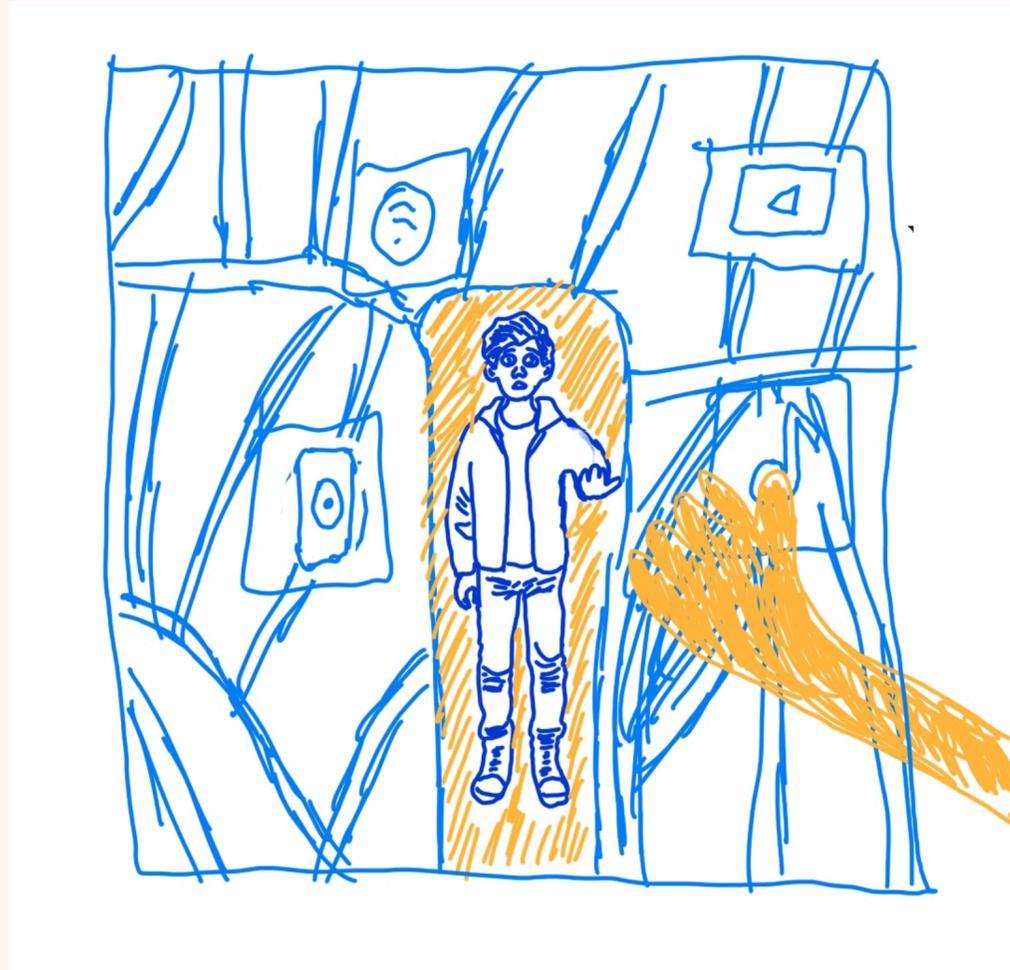


- **L'ultima illustrazione presenta anch'essa l'isolamento. Ma è un isolamento parziale, perché non è concentrata sul soggetto, ma sulla scena circostante, che cosa si perde il soggetto seduto alla scrivania, non prestando attenzione a cosa lo circonda. È importante notare che i personaggi ai lati dell'immagine sono "a metà". Infatti il bambino con chi gioca a pallone? Qual'è la notizia dell'ultima ora? Con chi sta parlando la persona in alto a destra?**



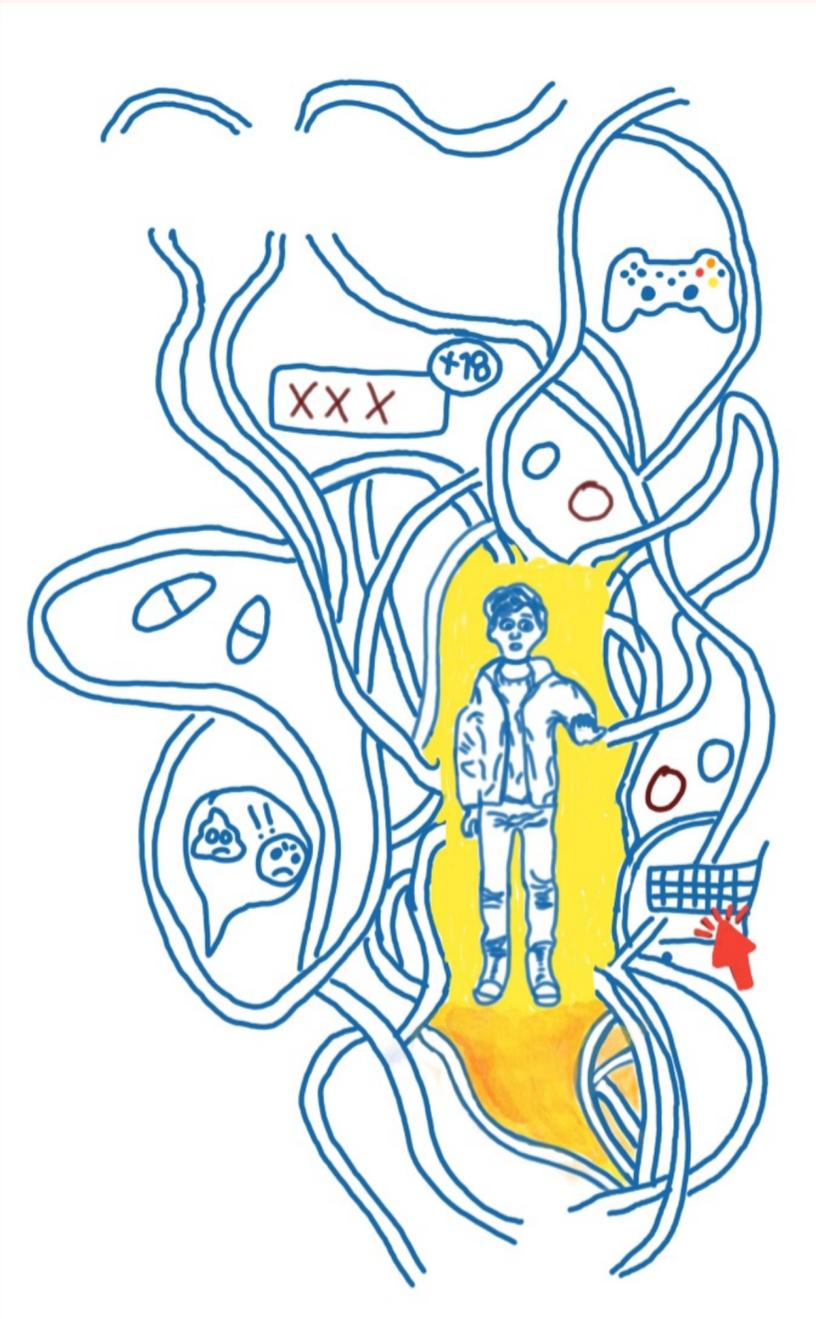
---

# BOZZA SCELTA E REVISIONATA



---

# DEFINITIVO





---

Fine  
**GRAZIE**