
UX on the sofa

Intervista con Stefano Cipolla

[Cristina] **Oggi ho il piacere di sedere sul sofà in compagnia di Stefano Cipolla. Visual designer a 360 gradi, per il Gruppo L'Espresso, giornalista, papà di 4 bimbi. Ciao Stefano, tempo libero ne hai?**

[Stefano] ciao cristina di tempo libero ne ho pochino direi, però in questo mi aiuta molto il fatto che io abbia lavorato per 14 anni al quotidiano, io ho lavorato a La Repubblica prima di essere chiamato dal L'Espresso che fa parte dello stesso gruppo editoriale, e devo dire che quando lavori per un quotidiano hai talmente poco tempo libero che qualsiasi cosa vai a fare ti sembra sempre di essere libero. Tempo relativamente poco, ma va bene così.

[Cristina] **Fantastico. Stefano, oggi sei responsabile dell'ufficio grafico del settimanale L'Espresso. Che cosa vuole dire interpretare le richieste e le aspettative di un committente interno sicuramente molto presente e anche dentro il settimanale?**

[Stefano] Chiaramente il committente interno è il direttore è il mio referente principale. È come se fosse un cliente ed è particolare come figura, interpretarle ne necessità significa essere in sintonia con lui, significa cercare di mettere, su carta o su digitale, dipende dal supporto dove verrà fruito il giornale, i suoi pensieri. E quindi se devo pensare a livello di design, a livello di comunicazione ti direi che nell'editoria il rapporto tra il direttore e l'art director è più o meno quello che nelle agenzie di pubblicità forma la coppia creativa tra copy e art director: ci deve essere una grandissima sintonia. Infatti non a caso spesso nei giornali quando cambiano i direttori cambiano anche gli art director perché comunque ci si deve capire in un attimo. Si deve capire che tipo di segno vuole per quel tipo di argomento. Quindi il committente interno lo vedrei come il direttore e si deve creare un feeling professionale e se possibile anche umano.

[Cristina] **Ci vuole una grande sensibilità interpretativa ma ti è mai capitato un caso in cui c'è stata una differenza di vedute...**

[Stefano] Una frizione?

[Cristina] **Si una frizione!**

[Stefano] Si si guarda però io devo fare una premessa: io sono abbastanza morbido, non sono un integralista della comunicazione visiva. È anche vero che in editoria è diverso nel senso che tu comunque sei un grafico-giornalista quindi sei al servizio del direttore da una parte e dei lettori dall'altra. È chiaro che tra creatività assoluta e funzionalità devi comunque andare verso la funzionalità. Fatta la premessa che io sono molto morbido sì qualche volta si è creata non tanto una frizione quando una diversa veduta di idee grafiche ovviamente. Lì conta molto la stima il rapporto che si è creato con il direttore, se si ha fiducia o meno nella figura dell'art director, altrimenti io dico sempre che il giornale è come una monarchia, una delle ultime monarchie in cui l'unico sovrano è il direttore e quindi vince lui a livello di gerarchia.

[Cristina] **Come si bilanciano le richieste interne con quelli che ritieni i bisogni informative dei lettori? Alla fine tu hai due strade davanti a te...**

[Stefano] Sì sì forse facendo un magazine è più semplice perché è un po' come se il lettore venisse te. Ormai i lettori sono sempre più una comunità, sempre meno ma sempre più una comunità, e sono loro che cercano quel tipo di giornale perché hanno bisogno di quel tipo di informazione. Direi che in questo sei avvantaggiato. Chiaramente tu devi dare un'informazione anche visiva nel mio caso il più chiaro possibile, più esaustiva e che venga incontro ai loro gusti. Un tempo si facevano, e tu lo sai molto meglio di me, si facevano le indagini di mercato, cosa che si fa sempre di meno, per una questione economica perché un'indagine di mercato fatta bene costa. Queste indagini di mercato andavano a dirti il target che dovevi colpire, più l'indagine era fatta bene e più il target era preciso. Attraverso quel target confezionavi un prodotto quasi su misura e avevi meno possibilità di sbagliare.

[Cristina] **Un visual design oggi crea per assolvere quali bisogni?**

[Stefano] nell'editoria il bisogno che bisogna cercare di assolvere è quello dell'informazione. In Italia viviamo una strana contraddizione: è il paese del design, abbiamo designer famosissimi, poi nella comunicazione pubblica siamo molto indietro. Il compito del design, come diceva Albe Steiner, che è stato il papà della grafica italiana è quello di mettersi al servizio della società.

[Cristina] **quindi anche con una forte responsabilità sociale...il bello educa?**

[Stefano] Sì sì poi io dico sempre meno di un cardiocirurgo [risa] però hai una responsabilità sociale come hanno tutti i mestieri, etica, deontologica.

[Cristina] **Ad un ragazzo che volesse intraprendere la tua carriera che deve muovere i primi passi nella professione. Quali sono le capacità che oggi fanno la differenza?**

[Stefano] allora, premettendo che non c'è un percorso segnato per fare questo tipo di mestiere, e poi ci sono tantissime branche del design: c'è il design editoriale, il design aziendale, il design di prodotto, la pubblicità e così via. Allora sicuramente bisogna farsi una base per tutti questi settori della comunicazione che può essere una scuola, ci sono tante offerte dal punto di vista privato, pubblico. Dall'altra parte deve avere tanta curiosità deve amare questo mestiere, però vale un po' per tutti i mestieri, deve amare il mestiere che vuole fare e deve perseguirlo senza smontarsi alla prima difficoltà, e avere qualche colpo di fortuna ovviamente. Tutte cose applicabili a qualsiasi mestiere.

[Cristina] **Anche se hai citato la morbidezza... non essere troppo rigidi.**

[Stefano] Guarda in realtà, ops ti ho parlato sopra che non si dovrebbe mai fare! Io ho colleghi bravissimi che sono integralisti, la morbidezza non la darei come valore aggiunto per forza, quella è caratteriale.

[Cristina] **Tu gestisci un team al L'Espresso che come si coordina un gruppo di creativi? C'è qualche skill che secondo te può fare la differenza?**

[Stefano] Nel mio caso ti direi la morbidezza! [ride] Io ho un bel rapporto con il mio team: anche perché io ho questo problema non riesco a lavorare con persone con cui non mi trovo anche umanamente. Quindi in quel caso forse mi irrigidisco, altrimenti mi fido molto delle persone con cui lavoro e gli lascio molta libertà. Qua dirò una roba che per i miei colleghi integralisti credo, possa risultare una bestemmia però delle volte faccio andare in stampa anche cose di cui non sono convinto ma che vedo che loro ci credono molto ovviamente se vi fosse un errore grafico o una cosa scorretta non lo permetterei però delle volte faccio un passo indietro io per dargli fiducia e spazio. Sì questo mi sembra giusto.

[Cristina] **Stai partendo per l'isola dei famosi. Voi non vedete, ma Stefano ha una fantastica abbronzatura, forse ci sei già stato, vuoi sensibilizzare i tuoi compagni alla professione visual designer quali sono i 3 libri che porti con te? Anche non legati all'ambito professionale ma che magari ti hanno sempre ispirato.**

[Stefano] Ah allora si apre tutto un altro mondo rispetto all'ambito professionale, questa domanda non me l'aspettavo! Libri della professione ne ho e te ne dico 3 poi però ti voglio dire i libri che ho sul comodino sempre! Sicuramente Albe Steiner Il mestiere di grafico, perché Albe Steiner è una figura fondamentale per la crescita di un mestiere che non c'era, parliamo degli anni '30/40 quando Albe Steiner diventa il primo grafico riconosciuto italiano con un percorso da partigiano, un percorso socialmente a tutto tondo. Lui non solo diventa il primo grafico ma postula anche il fatto che il grafico deve essere al servizio della società tanto è che lui farà tra i suoi tantissimi lavori il marchio della Coop, tra l'altro marchio che è stato rivisitato ma che sostanzialmente è rimasto sempre lo stesso da più di 50 anni.

Il secondo libro sempre in ambito professionale è il Codice Vignelli, tra i suoi tantissimi lavori ti cito la segnaletica della metropolitana di New York che a detta di un sondaggio presso gli stessi newyorkesi è risultata la segnaletica più amata in assoluto.

L'ultimo libro a cui sono molto affezionato e me lo sono letto più volte anche in maniera scaramantica, si intitola l'ultima copia del New York Times, ed è di un giornalista de La Stampa che si chiama Vittorio Sabadin e partiva dall'assunto che il giornale cartaceo va a scomparire e diceva l'ultima copia del NY Times si venderà nel 2027 o nel 2029 comunque molto a breve e era o spero fosse una provocazione ma con questo escamotage faceva tutto un excursus sui nuovi giornali, dal 2000 in poi, come sono cambiati sia livello di formato perché sono molto più piccoli rispetto a prima, sono più agili rispetto a prima sia per come danno le notizie, per i commenti, come sono su internet in tempo reale.

Questi i libri professionali.

Abbiamo sdoganato la professione, ora vai con l'ispirazione!

Te ne dico solo uno tra le mie passioni c'è la letteratura e mi piace tanto leggere, delle volte avendo poco tempo mi devo forzare a leggere almeno una ventina di pagine al giorno, lasciamo stare i mostri sacri come Philip

Roth, Javier Marias, sul mio comodino c'è sempre Manhattan di Woody Allen la sceneggiatura del film. È bellissimo.

[Cristina] **È bellissimo sono d'accordo. Senti Stefano una domanda che se vogliamo è un po' più filosofica c'è un mantra che ti accompagna nella professione ma poi anche nella vita?**

[Stefano] è più facile applicarlo nella professione se devo dire la verità e mi viene dall'esperienza del quotidiano ed è "calma e gesso". Perché il quotidiano è veramente una brutta bestia, tu ogni giorno inizi piano piano a lavorare e sai che lo dovrai chiudere non sai a che ora lo chiuderai perché dipende dalle notizie che arrivano, lo chiudi sei soddisfatto a mezzanotte torni a casa vai a letto alle 2 alle 3 perché hai ancora l'adrenalina. Quindi l'unico modo è "calma e gesso" affrontiamo le cose una per una e, ti ripeto è molto più facile nella vita professionale che nella vita privata.

[Cristina] **Concludiamo l'intervista con Stefano e salutiamo i nostri ascoltatori, ringraziamo Stefano per aver sottratto tempo alle sue giornate belle onerose e ci vediamo per la prossima intervista sul sofà :)**

[Stefano] Ciao Cristina grazie e te!