

Matteo Civaschi

#DIGITAL ART DIRECTOR

Sperimenta le tecniche,
allena le attitudini, trova uno stile



FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con **Adobe Acrobat Reader**



Adobe Digital Editions

La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile **con Adobe Digital Editions**.

Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.

Professioni Digitali

Le professioni di domani, raccontate dai protagonisti di oggi

Direzione di Alberto Maestri

Il paradigma digitale ha aperto opportunità straordinarie, per chiunque. Innovazione, dati, omni-canalità sono solo alcune delle keyword alla base di questa profonda rivoluzione: per i professionisti di oggi e domani diventa fondamentale rimanere aggiornati e competenti in uno scenario così dinamico, fluido, stimolante. In questo contesto Professioni Digitali propone una collezione di guide pratiche raccontate dai protagonisti di oggi: autori che hanno saputo fare la differenza nel proprio settore diventando fonte di ispirazione per tanti. Una Collana dedicata a consulenti, freelancer, professionisti che desiderano aggiornare le proprie competenze e a quanti hanno da poco intrapreso la via del digitale. Libri agili, pratici e concreti, ricchi di consigli, casi studio, testimonianze e contributi di grandi esperti nazionali e internazionali, pensati per approfondire competenze specifiche e le metodologie più innovative.

Il dialogo continua su...

 medium.com/francoangeli-professioni-digitali

<http://bit.ly/ProfessioniDigitaliFA>



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Matteo Civaschi

#DIGITAL ART DIRECTOR

Sperimenta le tecniche, allena
le attitudini, trova uno stile

Prefazione di Dario Villa

Progetto grafico della copertina: Gianni Camusso
In copertina: Courtesy of Matteo Civaschi (Shortology)

1ª edizione. Copyright © 2021 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

A Edward

Indice

Prefazione , di <i>Dario Villa</i>	pag.	9
Introduzione	»	11
1. Il mondo dell'art direction oggi	»	13
1. Il vecchio e il nuovo mondo	»	13
2. La macchina realizzativa d'agenzia	»	30
3. H-57: The Stupid Side of Technology	»	40
4. L'alba di Shortology	»	46
<i>Quattro chiacchiere con...</i>		
<i>Federico Fanti – L'uomo d'oro</i>	»	60
2. Che cosa significa essere un digital art director	»	67
1. Che cosa significa essere digital art director	»	67
2. Il camaleonte	»	72
3. I mattoncini della personalità dell'art Matteo Civaschi	»	74
<i>Quattro chiacchiere con...</i>		
<i>Armando Viale – Il comandante</i>	»	81
3. Che cosa fa un digital art director	»	89
1. Lo storytelling	»	89
<i>Quattro chiacchiere con...</i>		
<i>Marco Dalbesio – Brief e pensiero strategico</i>	»	93

2. I social	pag.	101
3. Le tecniche	»	108
4. Lo schema di un'agenzia o di un team creativo	»	114
<i>E poi c'è "Il Milanese Imbruttito"</i>	»	118
5. Gli stili	»	123
6. Inside Shortology	»	131
<i>Cortology</i>		
<i>Shortology diventa cinema, intrattenimento, arte</i>	»	144
<i>Quattro chiacchiere con...</i>		
<i>Emanuele Basso – Il vizio delle cose belle</i>	»	151
4. L'imprescindibile rapporto con il copywriter	»	156
1. Il copywriter	»	156
2. "Se sono rose appassiranno"	»	162
<i>Quattro chiacchiere con...</i>		
<i>Davide Mosconi – E le scatole magiche</i>	»	172
5. Attitudini e tool	»	178
1. La bellezza	»	178
<i>The Force of Typography</i>	»	182
2. L'arte dell'intrattenimento	»	199
3. La potenza delle idee	»	205
<i>Quattro chiacchiere con...</i>		
<i>Federico Pepe – Il creatore</i>	»	206
Per concludere. Lo squalo T-Rex (suggerimenti da una creatura mitologica)	»	213
Glossario minimo	»	220
Ringraziamenti	»	224
Bibliografia	»	225

Prefazione

*di Dario Villa**

Che poi qualcuno mi deve spiegare a che cosa serve la Prefazione. Sulla copertina c'è il titolo, il sottotitolo, l'introduzione, le recensioni, la sinossi e la nota biobibliografica sull'autore.

Ma cos'altro posso scrivere che non sia già stato elencato qui o reperibile googolando la rete? Cos'altro posso aggiungere per dare un senso a questa Prefazione?

Caro lettore, se hai guardato attentamente la copertina del libro che hai in mano, del percorso professionale di Matteo Civaschi, ormai sai praticamente tutto.

E allora, davvero ti serve una Prefazione? Hai davvero bisogno di un motivo in più per leggere questo libro? Ecco: questo è il primo test da superare per diventare un vero creativo.

E se stai continuando a leggere lo hai appena superato. Perché la curiosità, la capacità di andare oltre e di non fermarsi sono i requisiti fondamentali per questa professione ma, soprattutto, per questa visione della vita. Sì, perché un lavoro creativo non è semplicemente un'occupazione, è prima di tutto un modo di concepire la vita, di utilizzare al meglio i propri sensi e di rendere straordinario quel meraviglioso percorso che chiamiamo esistenza.

* Direttore creativo e founder di accorgitene™.

Sto esagerando? Forse. Ma che cos'è un creativo se non qualcuno che non si accontenta della realtà? Un eterno insoddisfatto dell'esistente. Perché, come diceva il protagonista di *Un giorno di pioggia a New York* di Woody Allen: "La vita reale è per chi non sa fare di meglio". È per questo che la creatività è punk. Le idee sono punk. Sono la cosa più punk che esista. Perché scombinano i piani, disturbano, infastidiscono. Perché sono l'unica cosa che cambia le cose. Perché la creatività è sempre contro. Non esistono idee "a favore", esistono solo idee contro. Idee per modificare quello che non ti piace. Per cambiare quello che non funziona.

E allora coraggio, afferra la maniglia ed entra nella meravigliosa testa di Matteo Civaschi, un creativo che ha saputo cambiare prima di tutto se stesso, diventando una persona straordinaria, un art director capace di costruire il suo personale modo di comunicare, ideando un vero e proprio personal brand, ma, soprattutto, un amico con il quale ho condiviso un periodo importante della mia vita in due famose agenzie pubblicitarie di Milano.

Un periodo che ricordo sempre con nostalgia. E per questo, dopotutto, una Prefazione gliela devo. Contento lui. Ma tu, caro lettore, hai ancora bisogno di un motivo per essere straordinario?

Introduzione

Quando mi è stato chiesto di scrivere un libro su che cosa significasse fare l'art director ho accettato subito con grande entusiasmo, ma un secondo dopo mi ero già pentito.

Il mio primo pensiero è stato: "E adesso? Come racconto questo mestiere così complesso e pieno di sfaccettature?". Mi sembrava un'impresa impossibile, monumentale.

La prima cosa che ho fatto è stata quella di confrontarmi con me stesso, cercando di far riemergere i ricordi, gli stimoli e le influenze che mi hanno accompagnato nel tempo e proiettato in questo mondo fantastico.

Mi sono avvicinato a questo racconto affrontando quattro aspetti fondamentali: l'esperienza vissuta sul campo, la genesi dei progetti più importanti a cui ho preso parte, alcuni approfondimenti tecnici sui vari aspetti di questo lavoro e la testimonianza diretta sul tema di geniali art director.

Essendo noi creatori di idee, soprattutto di immagini, è stato difficile pensare a un libro prevalentemente di testo che descriva il nostro ruolo senza un ausilio visivo. Per ovviare a questo limite ho pensato di integrare le parole sia con le immagini presenti nel libro sia con un'interazione digitale. In molti momenti del testo compariranno pertanto degli utilissimi QR code che, semplicemente grazie al vostro smartphone, vi catapulteranno in un mondo animato

che sazierà la vostra curiosità e il vostro desiderio di un confronto concreto con ciò che è descritto.

Inoltre, avrete la possibilità di scaricarvi un pdf con tantissime immagini (a cui potete accedere anche digitando questo link: <https://shortology.it/digitalartdirector.pdf>), qui non riportate per ovvi motivi di praticità, per compiere un viaggio nelle emozioni, qualcosa che sono sicuro vi accenderà una scintilla nel cuore.



Questo è un mestiere che richiede passione e dedizione, solo alla fine dell'ultima pagina capirete se fare l'art director sarà la vostra missione di vita.

Comunque vada, scoprirete che cosa significa creare, immaginare, sognare, amare attraverso gli occhi di un creativo.

Buon viaggio!

1. Il mondo dell'art direction oggi

1. Il vecchio e il nuovo mondo

(Il passaggio tra l'art direction 1.0 e quella 2.0)

Ai confini dell'impero

All'epoca ero un ragazzo molto confuso, erano gli anni '90 e il mondo mi sembrava straripare di benessere e opportunità. Nonostante la mia vita familiare fosse un completo disastro, mio padre fosse andato via di casa e io e la mia famiglia fossimo reduci da uno sfratto esecutivo in cui fummo sbattuti fuori dalla casa in cui ero cresciuto.

E nonostante avessimo passato tre mesi in albergo senza un'idea di futuro, aspettando che il Comune ci assegnasse una casa popolare.

In quei giorni così tristi credo di aver toccato il punto più umiliante della mia vita.

A parte tutto ciò, o forse proprio a causa di questa situazione devastante, coltivavo dei sogni che avevano un sapore di rivalsa nei confronti della vita. Volevo a tutti i costi dimostrare a me stesso che ce l'avrei fatta, e che sarei riuscito a fare ciò che mi piaceva di più: creare, progettare, disegnare.

Questa è una premessa fondamentale per far capire quanto fossi determinato a diventare ciò che sono oggi.

Esistevano diverse accademie a cui iscriversi, le più in voga erano la Nuova Accademia di Belle Arti (NABA) e l'Accademia di Comunicazione.

Molti dei miei ex compagni del liceo artistico scelsero la NABA.

Io dovetti rimandare la scelta per via del servizio militare (ai tempi ancora obbligatorio), che decisi di fare subito. Ovviamente, mentre rifacevo la branda in caserma e facevo addestramenti militari in quel di Rieti, i miei compagni mi raccontavano delle loro lezioni di grafica, di art direction, di layout, di come si usava la reprocamera.

Era un'autentica tortura.

Finalmente, alla fine di questo girone dantesco fatto di racconti da una parte e addestramenti al poligono dall'altra, tornai nella mia beneamata Milano, armato di tanta voglia di crescere e studiare.

Ma non era affatto facile, anzi.

Avevo ben chiaro che cosa volessi fare nella vita, ma ogni singolo giorno dovevo respingere ogni tipo di condizionamento e vincolo che mi allontanava da ciò che mi ero prefissato.

In primis abitavo in periferia, a 100 metri dal cartello "Milano" sbarrato di rosso, praticamente ai confini dell'impero. Avevo una compagnia di adorabili amici, ma distanti anni luce da ciò che volevo diventare, alcuni di loro erano tutt'altro che rassicuranti (e mi fermo qui che è meglio).

Le nostre giornate erano divise in due momenti: "giocare a pallone" e "andare in discoteca".

Mentre gli altri parlavano di locali trendy o della nuova Sierra Cosworth acquistata da uno di noi, io rispondevo dicendo che il logo di quella determinata discoteca non mi piaceva; mentre loro si concentravano sui 200 cavalli di potenza della macchina, io analizzavo il leaflet nel cruscotto ammirandone l'impaginazione e il taglio delle foto.

Per i miei amici ero qualcosa di bizzarro, si divertivano ad assecondare la mia rituale richiesta del sabato sera:

“Ragazzi, per favore, prima di andare allo Shocking, passiamo 5 minuti in via Meravigli al 2?...”.

Puntualmente mi portavano là, io scendevo e mi piazzavo davanti alla porta della McCann-Erickson osservando il logo gigantesco che si stagliava sopra la prestigiosa porta a vetri.

Per me era un momento magico, un attimo di adorazione assoluta, come per Indiana Jones trovarsi di fronte l'Arca dell'alleanza.

Ogni tanto anche Marco e Stefano scendevano dall'auto e si piazzavano al mio fianco per capire che cosa mai ci trovassi in quella banalissima porta di un ufficio, tra la loro voglia di scoppiare a ridere e il loro pensare che fossi matto, rispondevo: “Ma non capite? Questo è il tempio della pubblicità! È una delle agenzie più grandi del mondo e il mio sogno è lavorare qui dentro!”.

Poi c'era il mondo del calcio, quello giocato, e il mio sogno era fare l'attaccante: fin dalle medie sognavo di segnare catерve di gol, ma i miei amici di allora, che avevano già colto la mia immensa scarsezza, mi proposero un “Matte, che ne dici di andare in porta?...”, e così fu.

Come dicevo, mi dividevo tra le serate in discoteca, gli allenamenti di pallone e il convincere mio padre che il mio destino non era quello di fare il medico ma perseguire la mia passione per la creatività. Lavorava all'istituto neurologico Besta e, ogni volta che potevo, andavo a trovarlo per argomentare le mie scelte di studio desiderate.

Fondamentalmente non credeva che la passione per la creatività potesse diventare un lavoro, e come lui la pensavano un po' tutte le persone a me vicine.

Ma non mollavo, ormai per me era una sfida personale.

Una telecamera nello spazio

La situazione era durissima, non avevo soldi, non ne giravano affatto, e mio padre non mi avrebbe mai sponsorizzato un azzardo simile.

A quei tempi era una persona severissima e integralista, una di quelle persone che si sono fatte da sole: quando mio fratello si ammalò di poliomielite, come semplice tecnico di una società telefonica si era iscritto all'università per diventare medico e poterlo aiutare; a 40 anni, si laureò con il massimo dei voti diventando così medico a tutti gli effetti.

Al compimento dei miei 18 anni gli chiesi timidamente: "Papà, vorrei prendere una macchina...", e lui rispose: "È un'ottima idea, compratela!". Era davvero una brutta bestia da convincere, ma la sua estrema severità è stata sicuramente uno sprone a cavarmela da solo.

Un giorno la mia fidanzata (che aveva fatto il liceo artistico con me) si presentò a casa mia con un piccolissimo ritaglio di giornale, il pezzo di carta recitava il seguente annuncio: "La Nuova Accademia di Comunicazione mette a disposizione delle borse di studio del Fondo Sociale Europeo per un corso di grafica". Era la mia occasione!

Feci il test di ingresso disegnando con i pennarelli un improbabile annuncio di una videocamera nello spazio.

Riuscii a vincere quella borsa di studio e finalmente cominciai il mio percorso scolastico.

Grazie a quel miracolo, imparai le basi della grafica e mi sentii al settimo cielo. Era il 1991, anno in cui sembrava cambiare tutto, ed era assolutamente vero.

Un giorno, mentre cercavo di assemblare un logo a mano con il Tratto Pen, vidi i miei compagni correre in un'altra stanza, come richiamati da un'apparizione mistica.

Li seguii, e mi ritrovai di fronte uno dei primi computer portatili della storia: il Macintosh Apple II, un oggetto mai visto prima, compatto e bellissimo.

Da pioniere del Commodore Vic 20 e del C64, non era la prima volta che maneggiavo una tastiera e un computer, ma quell'oggetto non rappresentava un mondo di gioco, bensì un oceano di creatività.

La storia mi ha sempre affascinato moltissimo, ho sempre mitizzato il gesto di Cortés che, varcate le soglie del nuovo mondo, diede l'ordine di bruciare le navi con le quali lui e i suoi marinai erano sbarcati, così da rendere tutti i suoi uomini estremamente motivati a farsi largo nel loro destino di conquistatori.

Quel computer rappresentava il nostro nuovo mondo, ed eravamo un po' attratti, un po' impauriti, ma soprattutto in sua completa soggezione, quasi non volessimo abbandonare le nostre analogiche abitudini a favore di un mondo freddo e oscuro.

Non avevamo il coraggio di bruciare le nostre navi.

Il fatto divertente è che chi stava presentando quel nuovo "ospite" ci diede la rivoluzionaria notizia che quel computer poteva creare delle "scritte".

Proprio così: si poteva scegliere un font tra i pochi a disposizione, decidere la spaziatura, la grandezza del carattere e addirittura... stampare la scritta così ottenuta.

E così nacque l'invasione dei titoli, centinaia di fogli con scritte più o meno grandi che si potevano replicare a piacimento. Era la rivoluzione, l'alba di una nuova era.

Ci sentimmo come le scimmie di *2001: Odissea nello spazio*, le nostre ossa erano questi fogli A4 con le scritte che usavamo come clave per rimpiazzare tutto ciò che era "ricalcare" o "comporre" a mano. Sembrava l'apocalisse, spaventosa e sublime allo stesso tempo.

Finito l'anno di borsa di studio, finalmente avevo ammorbidito mio padre, che sembrava a poco a poco convincersi della mia determinazione.

Non potevo fermarmi lì, dovevo proseguire il mio percorso perché ero davvero molto acerbo e ingenuo, non avrei mai trovato su due piedi un posto di lavoro.

Decisi di provare alla NABA, con almeno due anni di ritardo rispetto ai miei amici ormai lanciati verso il paradiso della comunicazione.

Una leggenda narra che per i disgraziati come me

c'era la possibilità di frequentare un'accademia così costosa grazie a un programma speciale per pochissimi "eletti", una sorta di borsa di studio per chi versava in una situazione economica disastrosa, ma era in grado di mantenere una media voto da fantascienza.

Era un'ennesima sfida che non potevo perdere. Ci provai con tutto me stesso e accettarono la mia domanda, era fatta!

Dal fango all'agenzia

Gli anni in NABA furono meravigliosi, probabilmente i più belli della mia vita.

Ero totalmente rapito da qualsiasi materia, tutto mi sembrava indispensabile e stimolante.

Mi impegnavo al massimo, ero molto ambizioso, e ogni progetto lo facevo con passione e senza risparmiarmi mai.

Durante i primi due anni ho cominciato a macinare competenze sia grafiche sia tecniche, iniziando a usare i due pilastri software nelle loro primissime versioni: Photoshop e FreeHand.

C'era anche Illustrator, ma io ero un piccolo drago con il suo competitor FH (R.I.P.).

Un giorno mi capitò tra le mani un libro, *The Graphic Language of Neville Brody...* ricordo di essere rimasto in trance per tutto il giorno, la mia mente si era completamente modellata sulle pagine di quel libro.

Ovviamente fu un colpo di fulmine, il signor Brody era ufficialmente diventato il mio mito.

La sua reinterpretazione dell'avanguardia russa dei primi del Novecento fu una sorta di rivelazione: forme semplici che si fondono fra loro creando composizioni di incredibile impatto cromatico e formale.

Avevo rivisto in lui la personalità che avevo riconosciuto in Edward Van Halen: fuori dagli schemi, rivoluzionaria, tagliente, sicura, decisa, devastante e, allo stesso tempo, poetica. Una vera bomba di design.

La mia giornata si divideva ora in quattro: in accademia la mattina, pony express il pomeriggio, allenamenti da portiere prima di cena, consegna dei giornali nei condomini la notte.

Lavoravo per un semplice motivo: volevo comprarmi uno dei primi computer Apple in circolazione e, dopo qualche mese di sacrifici, ci riuscii.

Non ricordo esattamente in quale circostanza, mio fratello, musicista milanese, raccontò alla fidanzata del suo tastierista che studiavo in un' accademia di comunicazione e che avevo uno dei primi computer in circolazione per fare grafica.

Lei, Barbara Capponi, drizzò le antenne e indagò ulteriormente. Il destino cominciava ad affacciarsi alla mia finestra e a farmi "ciao ciao" con la manina.

Barbara era un art director della McCann-Erickson (incredibile, vero?), seguiva il gruppo musicale di mio fratello per curarne l'immagine grafica e soprattutto ideare le copertine dei loro primi dischi.

Un giorno mi volle incontrare, facendomi tantissime domande per saggiare le possibilità di una collaborazione, così nacque qualcosa di bello e significativo per me: la aiutai a convertire tutto il suo lavoro in file di Photoshop o FreeHand, creando un'immagine coordinata di tutti gli oggetti di merchandising per un suo progetto.

Fu molto eccitante, mi sembrava di realizzare un sogno, e in effetti era proprio così.

Non mi parlava mai della sua agenzia, della McCann, e io non osavo chiederle nulla a riguardo, Barbara era molto professionale e piuttosto severa.

Ogni sabato sera si ripeteva lo stesso siparietto: i miei amici con gli occhi al cielo mi dicevano "E va bene, passiamo prima dalla McCann...", io mi piazzavo lì davanti e continuavo a sognare, ma la frase che rivolgevo ora ai miei amici era cambiata: "Ma non capite? Lì ci lavora Barbara, l'art director con cui sto collaborando!...".

Era il 1995, uno dei primi giorni di marzo, quando capisci che finalmente sta arrivando la primavera.

Mi trovavo in piena sessione di allenamento calcistico, aveva piovuto e io ero completamente ricoperto di fango, mi buttavo a destra e a sinistra per parare ogni tipo di pallone e tiro, di me ormai si vedevano solo gli occhi.

A un certo punto vedo i miei compagni di squadra che si bloccano e guardano a bordo campo, c'era la sagoma di una signora che si sbracciava urlando qualcosa di incomprendibile. Io e altri due miei amici ci guardammo incuriositi, come se ci fosse una tarantolata al di là della rete che cercava di attirare la nostra attenzione.

Mettendo a fuoco la parola che esclamava in continuazione, capisco che è il mio nome e che... era mia madre. In quindici anni che giocavo a pallone mia madre non si era mai vista a una delle mie partite: evidentemente era successo qualcosa.

Mi avvicinai e la sentii blaterare una sequenza di parole: “Chiamato”, “Barbara Capponi”, “Aiuto”, “Emergenza”, “Vai in McCann”, “Subito!” (erano le 21.30).

Non me lo feci ripetere due volte, corsi verso gli spogliatoi e bofonchiai qualcosa tipo: “Ragazzi, non potete capire, devo andare!...”, e così abbandonai l'allenamento, mi lavai in fretta e furia e nel giro di 10 minuti ero già in macchina diretto verso via Meravigli al numero 2.

Ore 21.50: la porta a vetri con il logo imperiale della McCann-Erickson si aprì per far entrare proprio me. Il sogno si era avverato.

Un mondo antico

Varcata la soglia della pluripremiata agenzia americana, 110 sedi in tutto il mondo, ricordo che mi portarono al piano dei “creativi”: mi sembrava incredibile ci fosse un intero piano di creativi.

Uscito dall'ascensore percorsi un corridoio lunghissimo con affisse tutte le campagne più prestigiose dell'agen-