

INSOSTENIBILE LEGGEREZZA DELL' ESSERE...CREATIVO

Chris Bangle

Recentemente l'Ing. Leonardo Fioravanti mi ha invitato a parlare brevemente sul tema „ L'insostenibile leggerezza dell'Essere... Creativi“ durante il centenario della Carrozzeria Italiana a Torino. Ho voluto cogliere l'occasione per riflettere su 3 aspetti dell' „insostenibilità“ che i miei anni trascorsi nel design automobilistico mi hanno insegnato e dare un'idea di come i suddetti aspetti non siano soltanto insostenibili, ma anche fondamentali per il successo e la sostenibilità della nostra „professione“.

Definisco il design automobilistico „professione“, ma in realtà il nostro lavoro è più simile a quello di Teseo quando affrontò il labirinto e uccise il Minotauro rispetto al lavoro „professionale“ di Avvocati e Dottori.

Design è „Significato“, la semantica del prodotto ce lo dice, e „significato“ è un labirinto culturale e contestuale di messaggi nascosti e interpretazioni che hanno un impatto sul vocabolario visivo dei prodotti e raffigurano le interpretazioni dei consumatori. Noi Designers automobilistici siamo „navigatori all'interno di labirinti“, che portiamo i consumatori dei nostri designs attraverso un complicato puzzle d' interpretazioni nella speranza di portarli dall'altro lato del labirinto senza perdersi disperatamente. Se tutto va bene l' „altro lato“ è contrassegnato dal cartello che dice „Fare la giusta scelta“.

Infatti, scegliere è proprio il labirinto del design. Ad ogni angolo del corridoio della creatività ci sono priorità da rispettare e decisioni da prendere. L'insostenibilità di tutto questo è che molte delle nostre scelte ti spezzano il cuore.

La metafora del labirinto ha un gemello simbiotico per i designers, quello del Pigmalione e della sua scultura. Pigmalione era lo scultore greco che creò una statua raffigurante una donna così bella da innamorarsene e quando la baciò gli dei la portarono in vita per lui. E vissero felici e contenti per tutta la vita, si potrebbe concludere. E' il riferimento standard per tutti coloro che fanno ricerca nelle arti creative; dovremmo abbracciare le nostre creazioni così tanto da respirare la bellezza della vita attraverso di loro con il nostro amore.

Le cose però non sono così semplici per i designers automobilistici, ma sono finemente intrecciate con la storia del labirinto se consideriamo 3 aspetti dell'insostenibilità di tutto ciò che facciamo ... o che non facciamo.

Prima di tutto, c'è l'impossibilità di cambiamento. Mi ricordo di un'osservazione che uno dei miei ingegneri alla BMW fece quando gli fu data la responsabilità del dipartimento di modellazione.

Mi disse che fu molto colpito da come i modellatori cercassero di fare del loro meglio per giungere alla perfezione seguendo i disegni dei designers, quando poi il designer in questione il giorno successivo diceva „Eccellente! Lo hai fatto esattamente così! Ora cambiamolo...“

Rimase meravigliato dalla loro abilità stoica di essere conformi alla nuova situazione senza fatica o senza esserne demotivati.

Anche i designers devono accettare i cambiamenti come parte del processo. „Innamorarsi“ del proprio design per poi sentirsi dire dal capo di cambiarlo è una tortura per qualcuno di noi.

C'è una logica naturale in questo. Il nostro atto creativo, all'Ing. Fioravanti piace ricordarmi, è come l'atto stesso di pro-creazione.

„Progettare“, deriva da „gettare“, “ buttare in avanti”, il soddisfacente slancio di noi stessi in un incerto futuro e sembra che sia qualcosa di definitivo per noi, „fatto bene solo una volta“, personale... è una parte di noi che viene creata...

Non siamo abituati ad avere un altro „creativo“ che arriva e cerca di cambiare il DNA nel pool genetico prima che l'idea sia completamente „schiusa“.

Ma il cambiamento è parte della „Dinamica dell'essere“, amare qualcosa da tenerlo troppo stretto a sé è come strangolarlo, sia esso una persona cara o un'idea. Siamo amanti gelosi quando, come il Pigmalione, creiamo qualcosa di bello di cui poi ci innamoriamo e tendiamo a proteggerlo.

Ma quello che tu tieni, in realtà tiene te e la bellezza del Pigmalione rivela un altro lato della personalità: quella di un famelico schiavista. Pensi di essere innamorato di ciò che hai fatto e sei libero di continuare ad amarlo, ma in realtà rischi di essere incatenato ad esso per sempre.

I designers automobilistici sono noti per nozioni di estetica prestabilite e qui si nasconde la verità sulla simbiosi tra le due metafore: che la „bellezza“ creata è in realtà il „mostro“ al centro del labirinto del Significato. La nostra idea fissa di bellezza ci acceca alle alternative; la nostra impossibilità di accettare i cambiamenti mette a rischio tutta l'importanza del nostro lavoro.

Ripensare alla nostra nozione di „bellezza“ è forse una delle azioni più insopportabili da tollerare. Recentemente mi hanno domandato: se un nuovo concetto di design automobilistico può essere considerato „brutto“ dagli standards di oggi, ma è una soluzione fin troppo efficiente rispetto a „bello“. “I designer hanno l'obbligo di forzare questa nuova soluzione in forme che chiamano „belle“ o è meglio se si espongono a questo „nuovo brutto“ per gradi, fino a che non saranno abituati ad esso e piacerà loro?”

Certamente la prima soluzione è la più facile, meno „insostenibile“. Per evitare l'inerzia della nostra natura creativa, per evitare l'idea di cui siamo innamorati, questo è come „uccidere il mostro al centro del labirinto“.

Ma c'è un'altra insostenibilità che ne deriva. L'insostenibilità della perdita...

Il design, in particolare il design automobilistico è un processo creativo competitivo.

Per ogni macchina creata, viene chiesto ad una dozzina circa di designers di esprimere le proprie idee e il processo di scelta può durare oltre un anno.

Immaginate il dispiacere nell'aver investito un'enorme quantità della tua vita creativa (mi immagino un designer di 30 anni che disegna da solo 10 anni: 12 mesi è il 10% della sua vita professionale!) in un progetto.

Sei sopravvissuto ad una difficoltà dopo l'altra, il tuo design è migliorato e il consenso politico dietro di esso è cresciuto...

E dopo la revisione finale, quando si tratta di scegliere solo tra il tuo progetto e un altro..Il vincitore diventerà il nuovo „look“ della ditta.
E il perdente andrà al patibolo per essere fatto a pezzi il giorno dopo.

Immaginate poi che questi gentleman chiamati „Commissione Direttiva“ ritornino dal loro „Giotto“ e scoprite che il vostro modello era il loro preferito in assoluto. Ma che hanno scelto l'altro. Questo genere di sconfitta è insostenibile, credetemi.

E succede in ogni momento nella vita di un designer automobilistico. Per quanto mi riguarda per anni ho perso competizioni di design in Fiat prima che tutto funzionasse e iniziasse il nostro successo.

Il dolore è terribile, la delusione è enorme. La cosa più facile da fare è di rinnegare tutto, di dissociarti da cosa sta succedendo.

La dissociazione inizia dopo quell'incontro finale, lentamente ma sicuramente ti distanzi dal modello.

“Non sono io“ dici a te stesso „ Non mi interessa come andrà a finire“.

E' una bugia, ma dopo tutte le sconfitte inizi a rifugiarti in quella bugia, e finalmente inizi a crederci.

Pensi di essere protetto dall' insostenibilità, ma poi succede una cosa peggiore, qualcosa di così impensabile e shockante perché porta con se una pena due volte più terribile rispetto all'altra:Vinci

E non puoi goderne, non puoi sentirlo, non senti niente, perché hai evitato il dolore della perdita per troppo tempo, e ora non c'è nessuna parte di te stesso che si emoziona per la vincita.

Quella è l'insostenibilità peggiore. Ero solito dire ai miei designers che preferivo andassero in depressione e dovessero prendersi una settimana di vacanza per riprendersi piuttosto di vederli bloccati dal dolore della dissociazione.

Infine c'è l'insostenibilità di “lasciar andare”

All'inizio, come giovane designer, devi lasciare il tuo design agli ingegneri che impercettibilmente cambiano le cose come vogliono loro.

Poi come manager, devi lasciare andare il processo creativo, in un certo senso, quando potenzi le tue persone.

Infine, come direttore maturo, devi agire in favore di una nuova generazione di manager, lasciando perdere tutto quello che hai costruito.

Questo processo, in particolare l'ultima fase, sembra essere quella più difficile di tutte, l'insostenibilità del design automobilistico di sostenere.

E spesso la risposta a questa imminente ruota che gira è di combattere, sconfiggere i pretendenti al trono come un vecchio leone.

Questo non è solo sbagliato, ma ti deruba anche della possibilità di creare il più bel design possibile in una compagnia automobilistica: La Cultura del Design.

Qualcuno di voi qui potrebbe trovarsi a scegliere qualcuna di queste, ma deve sapere che la cultura del design ti richiede di sostenere l'insostenibile, di scovare l'insostenibile per trovare la forza nell'insostenibile.

Quando lavoravo per la compagnia tedesca sentivo spesso dire „Cosa non ti uccide ti rende più forte“.

Ma la nostra ricerca di bellezza e di amore nei nostri design non ci richiede di essere più forti e duri, ma di dare di più, accettare di più, lasciare più liberi e infine amare di più.

Quello che è insostenibile diventa la tua più grande felicità!