

TRATTATO DI ESTETICA AUTOMOBILISTICA

INDICE

introduzione	3
cap.1: definizione di elemento estetico e di elemento inestetico. esempi.....	4
cap.2: la forma neutra e la forma particolare [“carattere” o “caratterizzazione”]. linee dritte, curve, miste. esempi.....	6
cap.3: il problema del rapporto tra estetica e funzione [“funzionalità”]. un esempio.....	9
cap.4: cos’è il lusso in estetica. il problema della produzione in serie delle concept car.....	11
cap.5: definizione del concetto di “lusso di massa”. l’automobile del futuro: il “modulo-vettore”.....	13
cap.6: il potere economico dell’estetica. giuslavoristi e designer: il ricatto alle sezioni stile delle imprese automobilistiche. la figura aziendale dello “svem” [supervisore all’estetica dei modelli].....	16
cap.7: esempi di forme estetiche e forme inestetiche. esempi di automobili esteticamente “perfette”.....	17
conclusioni	20

NOTA: il testo è scritto interamente con carattere minuscolo.

introduzione

“de gustibus non disputandum”, dice il detto latino, forse di origine medioevale [come si apprende su wikipedia]. in realtà, circa l'estetica delle forme [di una donna, o di un uomo, di un quadro o di un automobile], alcune volte si è d'accordo. per questo i gusti in fatto di estetica [riguardanti il “bello”] sono anche universali, ed è per questo che quasi tutti sono d'accordo circa il fatto che un'opera sia un capolavoro, e solo i capolavori, secondo quasi stringenti criteri, sono ricordati e finiscono nelle enciclopedie.

inoltre si può dire, con una certa sicurezza, che il capolavoro dell'arte è prodotto quasi sempre da un genio, o comunque è sempre frutto sì anche di spontaneità, ma sempre di grande impegno, e di notevole ingegno. se poi un uomo è un genio, egli saprà creare l'opera d'arte immediatamente e anche senza fatica. la differenza tra l'arte moderna e l'arte passata sta proprio nell'impegno: la seconda vuole inquadrarsi in criteri che sono ricchi di cultura [la divina commedia è una sintesi di tutto il sapere che precede dante, e chi questo sapere non lo conosce non può né comprendere, né studiare e apprezzare la sua opera]; la prima si mantiene libera dalle forme, e può essere frutto più di spontaneità che di rigoroso impegno [preceduto dallo studio].

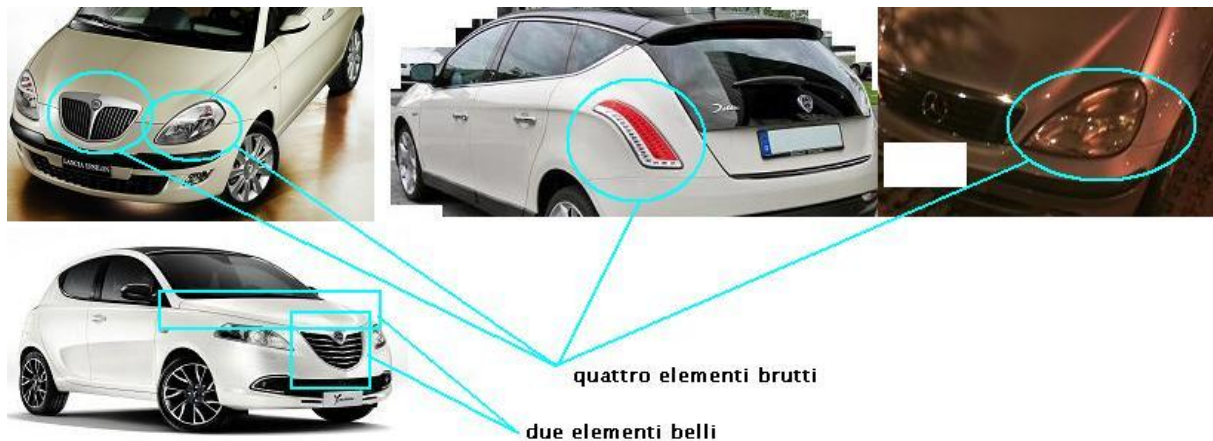
c'è un parallelo che si può fare tra forme estetiche di un automobile e forme estetiche di una donna: entrambe sono forme; entrambi i corpi sono propri di “macchine” [tale è il corpo umano, come dice cartesio; e anche l'anima ha la sua forma e funzione, come lo spirito]; in entrambi gli “oggetti” ci sono parti belle e possibili parti non belle. questo studio intende cercare criteri “oggettivi” del bello, come si è detto che è possibile fare, perché un automobile molto bella piace alla maggior parte delle persone e perché, appunto, non tutte le donne sono ammesse come modelle, o considerate “di bella presenza”. quindi, al di là del detto latino, in realtà esiste la possibilità di definire in modo oggettivo il bello e il brutto.

perché questo trattato ? perché l'industria automobilistica è una delle più importanti di una nazione, per fatturato e numero di posti di lavoro; dalla sua prosperità ne può dipendere quindi il futuro, e credo di aver intuito che il successo di un modello non dipende più dalla tecnologia, da esso racchiusa, che [pur frutto di sforzi da parte di ogni casa] è ormai identica in tutti i modelli: dipende dall'estetica. questa diviene anche appositamente resa “brutta” per politiche commerciali o perché una casa automobilistica [come un'intera nazione] viene “ricattata”; il “bello”, che in sé “non costa nulla”, viene “fatto pagare”, con alti prezzi, perché considerato di lusso, e quindi da rendere raro [quanto costa piegare una lamiera in un modo o in un altro ? in un modo, viene piegata come forma bella, in altro modo, viene piegata come forma brutta: il costo è identico]. poi c'è anche la questione dei modelli: voluti e imposti ai designer appositamente come “brutti” dalle dirigenze e dalle loro politiche commerciali, sia per non far competere tra loro i diversi modelli di una casa, sia perché si è ricattati e non si vuole disporre appositamente di un modello troppo competitivo.

la tesi dello scritto è che dalla sola estetica dei prodotti di una industria nazionale, come può essere, importante, quella automobilistica, può dipendere il successo competitivo di un intero sistema-paese: i criteri dell'estetica vanno quindi studiati, perché si sappia in modo “oggettivo” ciò che incontra il favore del consumatore e ciò che da lui verrà senz'altro scartato.

cap.1: definizione di elemento estetico e di elemento inestetico. esempi

un elemento estetico è qui detto una forma bella, in contrapposizione all'elemento inestetico [causa di inesteticità], che è una forma brutta. si riportano due esempi, dell'uno e dell'altro tipo [quattro elementi brutti e due elementi belli], e si cercherà da questi esempi di trarre una definizione di bello e di brutto.



gli elementi brutti sono: la mascherina e il fanale anteriore della lancia Y e i fanali della lancia delta e della mercedes classe A. gli elementi belli sono la mascherina della nuova lancia Y e l'“innesto” del cofano anteriore della stessa nel corpo complessivo della macchina.

gli elementi brutti sono qui definiti “a spicchio”, “a unghia”, “a cerotto”: sono forma estetiche calate sopra l'oggetto-massa [il grosso del corpo dell'automobile], e in esso inserite in modo “esteriore”, come innestate in modo disarmonico [come se fossero appiccicate sopra di esso come figurine o adesivi]. gli elementi belli, invece, presentano continuità armonica e organica con l'oggetto-massa.

un elemento bello può essere definito quindi dalle seguenti caratteristiche [tra le molte che qui non si è in grado di definire]:

- 1.] presenta continuità estetica [e quindi armonia] con l'oggetto-massa;
- 2.] è esso stesso un elemento bello, anche considerato separatamente;
- 3.] il bello è definibile come forma compatta, organica, affusolata, aerodinamica, lineare, esteticamente compatibile con l'insieme.

negli oggetti brutti in figura ciò non è evidenziato: sembrano entità poste sopra in modo non continuo e non compatibile [appunto: “spicchi”, “unghie”, “cerotti”]. la lamiera viene piegata “per fare spazio” ad essi, ma l'insieme appare come una forzatura artificiosa, che non corrisponde a un concetto organico e armonioso d'insieme. come si dirà, questa forzatura può essere il “carattere”, non neutro, della forma, carattere che può intercettare la personalità del consumatore. ma questo carattere deve essere disegnato come bello. a volte

invece risulta brutto. è fondamentale considerare che la mascherina bella evidenziata non costituisce l'evoluzione della mascherina brutta: la prima poteva essere disegnata molto prima e al posto della seconda. ciò non è tanto evoluzione, ma piuttosto ritardo, perché la forma della Y vecchia, in figura, appartiene più agli anni '90 che agli anni 2000.

un elemento brutto è quindi un elemento:

- 1.] disarmonico nell'insieme;
- 2.] brutto in se stesso;
- 3.] ciò che è brutto è ciò che non appare organico, lineare, affusolato, aerodinamico, armonico, in equilibrata proporzione con le proprie parti e con l'insieme.

è difficile definire con concetti astratti ciò che è bello e ciò che è brutto. l'occhio però sa distinguere i due tipi di forme [estetica e inestetica]. ciò dipende anche dall'intelligenza del soggetto.

cap.2: la forma neutra e la forma particolare [o “caratterizzazione”]. linee dritte, curve, miste. esempi

la forma neutra è quella definita come esteticamente perfetta. se ne mostrano alcune, per poi spiegare dagli esempi il concetto. seguono quindi esempi di forme neutre, o “perfette”.



le forme neutre sono forme belle senza carattere. successivamente si mostreranno forme dotate di carattere. queste ultime sono forme “particolari”. quindi le forme neutre non sono particolari. queste forme, in figura, hanno caratteri simili: sono tutte affusolate, come se fossero il muso, o la coda, di un aereo. si mostrerà successivamente che il bello paga economicamente, e il fatto che tipologie estetiche come la fiat marea berlina non abbiano avuto successo [lo ha avuto il modello station wagon] è dovuto allo stesso errore della lancia thesis: si è trattato di un'automobile [con lo stesso muso affusolato della bravo e della brava] di concezione piccola [dimensionalmente], bella in sé, ma con una brutta coda.

un simile errore è stato compiuto per la fiat idea, troppo stretta, e quindi troppo alta in modo non proporzionale alla larghezza. la fiat idea poi ha sì un muso neutro, ma è questo troppo pendente [perché l'auto è alta e va giù di strapiombo], ed è lo stesso della nuova multipla, che ora si vedrà: l'errore della casa torinese [ora olandese] è stato quello di essere

passata dalla concezione-carattere della multipla [ancora attuale, si sostiene] alla concezione-neutra, un cui svantaggio è quello dell'alfa romeo 164: così neutra da apparire anonima. si mostrano ora forme belle dotate di carattere [o "caratterizzazione"], e poi in seguito le critiche evidenziate. è questo il tema della "perdita della forma", evidenziato dai casi golf e lancia Y, con caratteri, che sono archetipi, che vengono [forse appositamente, a causa di politiche commerciali] abbandonati, e sostituiti con forme diverse e meno efficaci [meno belle].



sono rappresentate forme come "caratteri" [belle e non neutre in quanto "particolari"]. viene mostrato muso anteriore di automobili che ero caratteri e poi sono diventate neutre [perdita della forma]. ciò anche per la parte posteriore. la micra è un'auto particolare. piace molto alle donne [come la mercedes classe A, per le donne benestanti], ed è una forma-carattere totalmente coerente [bella in ogni sua parte], e pure è caratteristica. la stessa cosa per la vecchia multipla, che è stato detto essere stata disegnata da donne, e che poi è stata "normalizzata" con un muso neutro [con perdita di efficacia]. l'alfa 164 è perfetta, ed è talmente neutra da apparire "anonima".

il caso della lancia Y è eclatante [come quello della golf]: una forma ancora attuale, e da fare evolvere, è stata abbandonata completamente, per dare luogo a una forma inestetica [il muso "a unghia" e i fanali "a spicchio". entrambi i modelli hanno intercettato soprattutto il gusto femminile. [tutte queste impressioni non sono supportate da dati: è il sentire di un consumatore comune, come me, che "si guarda in giro".]

si riportano ora esempi di linee [con riferimento alla struttura estetica dell'auto considerata nel suo complesso] di tipo: dritto, curvo e misto. una tesi, qui proposta, è che una forma coerente deve per quanto possibile evitare le forme miste, e laddove esse ci sono, devono essere studiate molte bene. un esempio di forma mista coerente è dato dalla vecchia Y; un esempio di forma mista incoerente è dato dalla nuova lancia delta. seguono i rispettivi esempi di automobili con forme dritte, curve e miste.

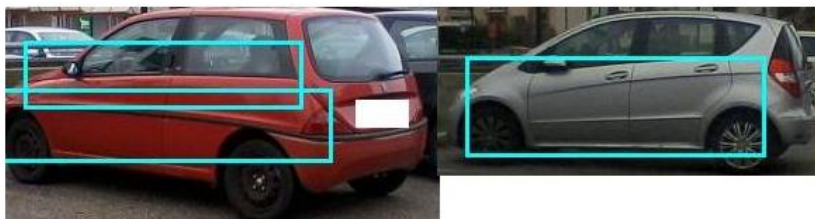
automobili con linee dritte [forme belle]



automobili con linee curve [forme belle]



automobili con curve miste [forme belle]



automobile con curve miste [forme brutte]



cap.3: il problema del rapporto tra estetica e funzione [“funzionalità”]. un esempio

nessuna forma di elemento funzionale [ad esempio: il motore], a meno che non si tratti di un apparato puramente meccanico [come un albero motore o un pistone; ma anche qui va fatta un’osservazione] prescinde dall’estetica. quando si disegna un aeroplano, non solo lo si fa aerodinamico per motivi tecnici [perché un muso “a cubo” non taglia l’aria], ma la consegna della direzione è questa: “vogliamo un bell’oggetto” [non così, come si vedrà, accade sempre per l’automobile, secondo mie supposizioni]. anche quando si progetta la forma complessiva di un armamento, ciò che appare non è solo strettamente funzionale. un carroarmato, come un missile, sono anche belli a vedersi, e questo effetto estetico è voluto e studiato, e non corrisponde strettamente alla funzione tecnica. quando apro il cofano, non vedo un motore direttamente, ma il suo involucro: tutto è studiato perché ciò che appare alla vista, anche se interno e nascosto, è comunque bello da vedere.

ecco quindi che un’automobile ha due caratteristiche: funziona [lo scopo di un automobile è che le ruote scorrano e che l’involucro porti persone e oggetti, e questo con comodità e in sicurezza]; ma è anche un oggetto bello da guardare. l’osservazione aggiuntiva, di cui sopra, è che anche un pistone è bello da vedere, ma la sua forma non è studiata esteticamente, ma solo funzionalmente. eppure, anche in questo caso, il pistone è bello da vedere. questa corrispondenza spontanea tra funzione e estetica si ritiene sia un dato casuale, spiegato in base al fatto che la funzione è “organismo”, e la “vita” è sempre “bella”. così argomenti simili valgono per uno degli strumenti tecnologici più sofisticati: il computer. l’interno, pur essendo puramente funzionale [fatto di microprocessori e circuiti integrati], è molto bello al vedersi, e l’esterno è sia funzionale sia bello da vedere: questo effetto è voluto e studiato.

ora, accade che l’estetica esterna può incidere sulla funzione, e la funzione può incidere sull’estetica. si riporta un esempio che mostra come una funzione, perché sia esteticamente efficace, è risultata nella golf [anche quella nuova] sia funzionalmente che esteticamente inefficace [è quello che chiamo “artiglio”]. su questa parte della golf del bagagliaio ho sbattuto la testa almeno quattro volte [e ho perfino sanguinato, essendo essa tagliente]. in internet molti consumatori hanno evidenziato e stigmatizzato questo errore, sia funzionale sia estetico, che però è stato ripetuto nella nuova golf. l’effetto estetico e funzionale è positivamente efficace, ma vale solo quando il bagagliaio è chiuso. quando esso viene aperto, la parte qui evidenziata è sia brutta che molto pericolosa [si pensi all’occhio]. si ritiene che sia stata mantenuta perché altrimenti veniva stravolto l’effetto estetico complessivo della parte posteriore dell’automobile [che peraltro è quella cercata dal consumatore quando questo passa all’acquisto, dando minore importanza a questi effetti secondari del prodotto in funzione]. l’elemento evidenziato è configurabile come “disfunzionale condizionato”: esso è disfunzionale sia dal punto di vista della funzione sia sotto quello estetico solo a condizione di funzionamento [non a riposo] del veicolo [condizione del bagagliaio aperto].



l'effetto è stato mantenuto anche nella nuova golf. se si modificasse la forma, l'estetica complessiva del cofano posteriore chiuso ne verrebbe stravolta, e per questo si è preferito mantenere questo effetto estetico

cap.4: cos'è il lusso in estetica. il problema della produzione in serie delle concept car.

il lusso è tema, economico, sociale e culturale, che riguarda non solo il bello ma anche l'invidia. è un dato, quindi psicologico, che corrisponde al bisogno umano di distinguersi. ogni uomo potrebbe procurarsi una ferrari. basta avere in proprietà [magari ereditata dai genitori] una casa del valore di 150.000 euro e venderla. non c'è quindi, nonostante l'invidia, una barriera [normativa] all'eccesso comune ai beni di lusso. un altro esempio. un uomo, se ha un lavoro in occidente, guadagna senz'altro almeno 10.000 euro all'anno, e può risparmiare qualcosa. può scegliere una villeggiatura di una settimana al costo in albergo di 60 euro a notte, oppure andare in un hotel di lusso per una sola notte, al costo di 1000 euro. quindi non esiste un divieto legislativo al lusso per il ceto medio.

il lusso per i prodotti può riguardare quattro aspetti [possono essercene altri, che non conosco]: la funzione [non si può, senza pagare molto, disporre del motore di una ferrari]; il materiale [una giacca può essere di tessuto molto pregiato, e quindi costoso]; la marca [si fa pagare un firma famosa: ad esempio, un vestito di valentino o di versace]; infine l'estetica.

di questi elementi, il terzo e il secondo "non costano nulla" dal punto di vista della produzione. un tessuto costa perché ad esempio è raro [in natura, o perché creato raro appositamente], e una tecnologia costa perché è costosa intrinsecamente produrla [si pensi a una tecnologia estremamente sofisticata].

invece, come detto, la marca e l'estetica non costano nulla, dal punto di vista della produzione. piegare una lamiera, per la forma di un automobile, in un modo [bello] o in un altro [meno bello] non costa nulla. eppure il bello viene fatto pagare di più. questa può essere una delle ragioni per cui non vengono prodotti in serie le cosiddette concept cars. ogni concept car è sempre un oggetto esteticamente bello: venderlo in massa equivarrebbe vendere a basso prezzo un oggetto che, per la sua estetica, dovrebbe essere di lusso. un secondo motivo è estremamente delicato sotto il profilo politico-sociale. "mettere in giro", anche solo per farle guardare [anche in modo raro, come le ferrari e le lamborghini] le concept car equivale a incrementare di qualche punto l'intelligenza del ceto medio [parlo del quoziente di intelligenza]. un incremento di esso anche di pochi punti può avere questo effetto:

- 1.] contribuire a rendere il ceto medio meno condizionabile.
- 2.] ciò ad esempio da parte della pubblicità [che è fondata sul potere di suggestione, e richiede una popolazione non troppo intelligente].
- 3.] ciò anche sotto il profilo politico.

il bello quindi deve essere tenuto nascosto: le concept car non devono circolare per strada ! farle vedere significa affinare il senso estetico, e così rendere la gente più intelligente, più sveglia, meno condizionabile [da pubblicità e politica].

segue un esempio di concept car.



cap.5: definizione del concetto di “lusso di massa”. l’automobile del futuro: il “modulo-vettore”

l’estetica, come nel design, non costa nulla. l’oggetto bello ha un alto prezzo a causa dell’invidia. il ricco vuole essere uno dei pochi a godere della bellezza. non si può proibire l’accesso ai prodotti per legge: lo si fa aumentando i loro prezzo. l’equilibrio tra domanda e offerta non c’entra. alcuni mesi fa un’importante casa automobilistica italiana di auto di lusso ha detto che “i modelli saranno prodotti in numero contenuto”. questo perché siano rari, e così considerati preziosi. non costerebbe nulla porre un motore fiat [che cosa poco: come quello di una panda] all’interno dell’involucro di una ferrari [che è anche leggero]: si vuole e si impone che questo tipo di involucro [particolarmente bello perché aerodinamico] abbia solo motori costosi e sia riservato ad un mercato di lusso.

il concetto di “lusso di massa”, che qui si propone, corrisponde ai seguenti paradossi:

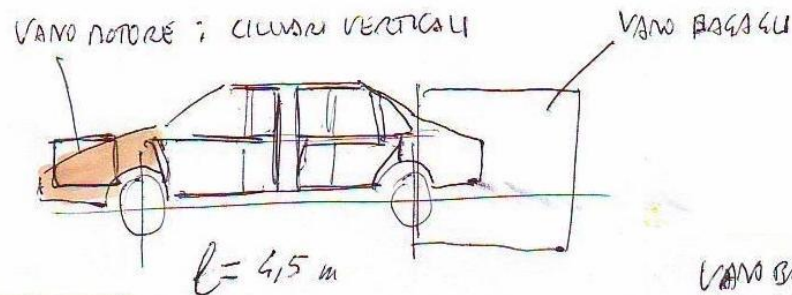
- 1.] direzioni di casa automobilistiche che dicono alle loro sezioni stile: “vogliamo un modello bello ma non troppo bello, uno non troppo bello, uno anche assolutamente non bello [cioè brutto]”.
- 2.] disegnatori che disegnano forme molto belle e a cui viene detto che rimarranno nel cassetto perché si preferiscono forme brutte.
- 3.] case che scelgono modelli non troppo belli per “stare al proprio posto” e non competere con modelli di case con maggiore potere “politico” [nazionale].
- 4.] consumatori che non possono accedere alla bellezza perché il bello, che, come si è visto, non costa nulla, viene fatto appositamente pagare tanto, a causa dell’invidia dei ricchi [decine di milioni di clienti che posso accedere solo a una “media bellezza”, per il capriccio di poche migliaia di ricchi].
- 5.] sistemi-paese che crollano perché i modelli messi in produzione [per centinaia di migliaia di prodotti della stessa serie] sono brutti, o “per caso”, o perché voluti e imposti come tali, dalla casa anche sotto il ricatto della politica [interna ed estera]. con gli spazi vendita dei concessionari pieni di questi modelli rimasti invenduti [casi: libra, stilo, marea, nuova croma].

qui non si propone una utopia: basterebbe far votare su un sito internet ai consumatori i disegni delle sezione stile delle case automobilistiche per sondare il loro gradimento e imporre “democraticamente” i modelli più votati alle dirigenze. si pensi a cosa accadrebbe se uscissero dai cassetti dei disegnatori i modelli che sono stati respinti dalle dirigenze ...

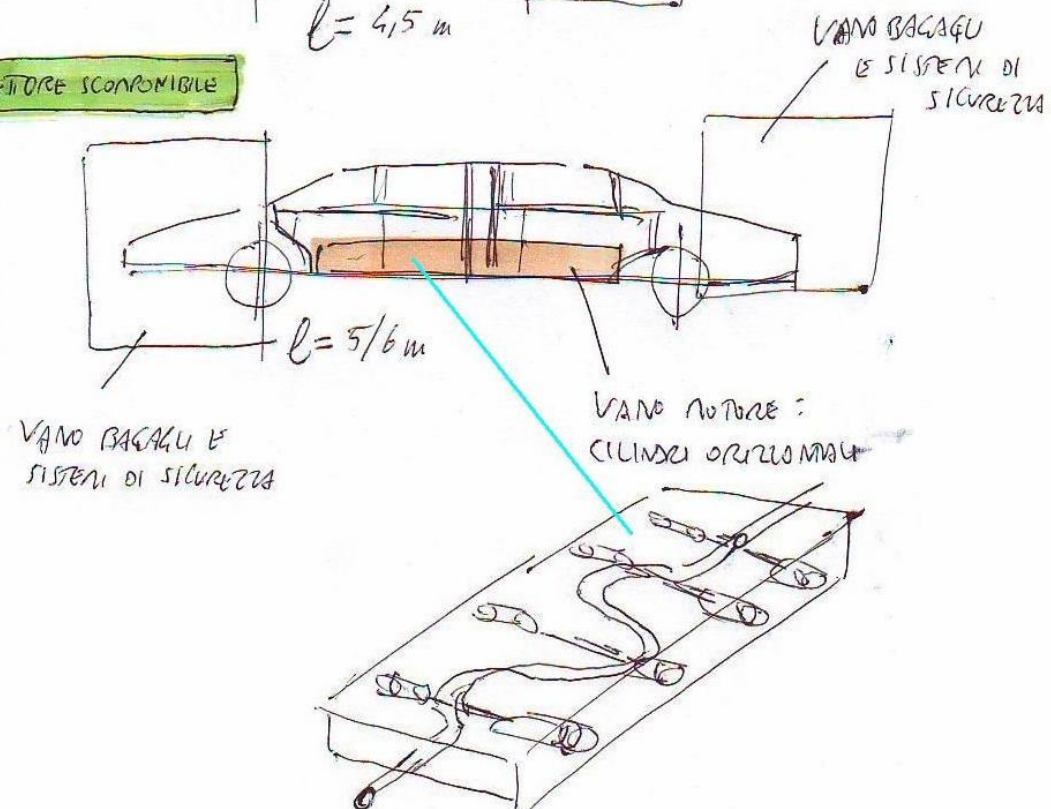
il “lusso di massa” è appunto la vendita su larga scala di beni dal “basso” [nella norma] contenuto tecnologico, ma con una estetica allettante: come se i modelli della fiat, della lancia e dell’alfa romeo fossero disegnati dai designer della ferrari e della maserati.

l'“auto del futuro”, che qui si propone, è detta modulo-vettore. **di seguito un modello.**

AUTOMOBILE MONOBLOCCO



MODULO VETTORE SCOMPIBILE



il modulo-vettore presenta le seguenti caratteristiche [modello berlina]:

- 1.] grandi dimensioni [5/6 metri di lunghezza per due metri di larghezza].
- 2.] prezzo contenuto [non più di 10.000 euro].
- 3.] motore orizzontale [mio padre mi ha detto che esso è già stato pensato anni fa. io non l'ho visto in nessuna rivista, né in rete, e non ho letto di esso da nessuna parte]: i cilindri sono orizzontali e sono collocati sotto i sedili.
- 4.] i due vani-cofano anteriore e posteriore sono solo per apparati di sicurezza e per i bagagli [perché il motore sta sotto i sedili].
- 5.] le parti dell'automobile sono scomponibili [moduli][questo pone un problema di meccanica e di resistenza agli urti], sia per ragioni estetiche [i diversi modelli sono frutto di

composizioni di diverse parti, dette moduli], sia per facilitare ragioni a carattere tecnologico [posso aumentare le prestazioni cambiando facilmente motore, cruscotto, ecc.].

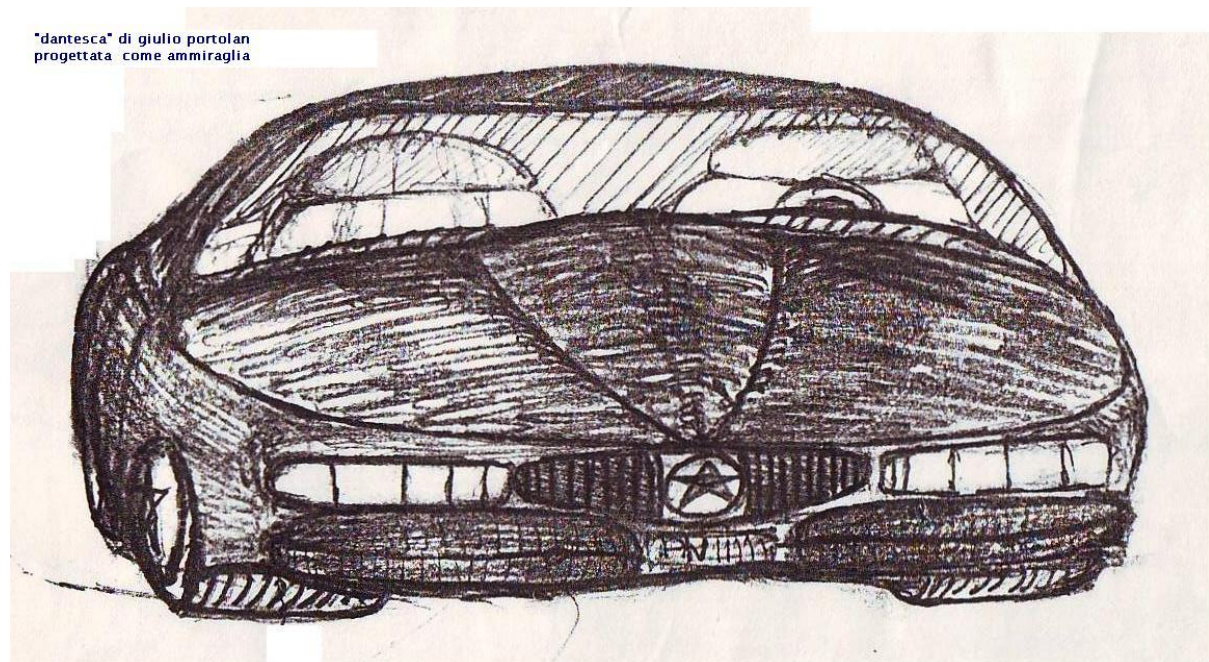
c'è nel modulo-vettore un innovativo sistema di sicurezza antinebbia e antivelocità: un segnale a impulsi che comunica con altre auto, con ripetitori sulle strade e con i satelliti. esso:

a.] comunica agli altri automobilisti a che distanza sta l'auto in caso di nebbia.

b.] comunica al sistema di rilevazione infrastradale la velocità dell'automobile, in modo controllarla costantemente e da segnalare eventuali infrazioni.

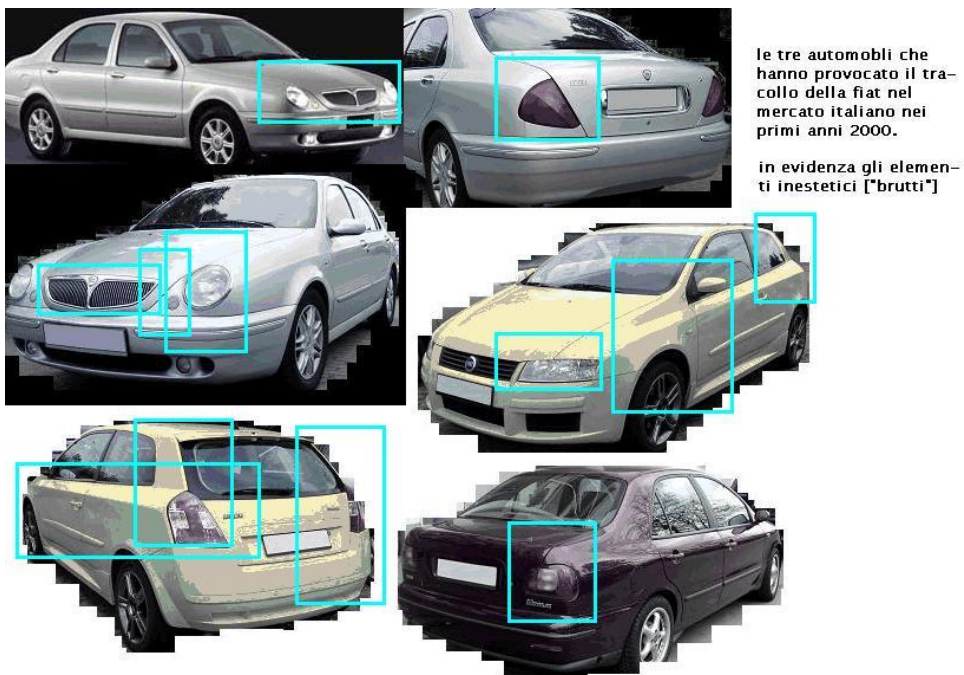
segue esempio grafico dell'involucro esterno di un modulo-vettore pensato anni fa [disegnato da me] come possibile ammiraglia della fiat.

["fiat dantesca"].



cap.6: il potere economico dell'estetica. giuslavoristi e designer: il ricatto alle sezioni stile delle imprese automobilistiche. la figura aziendale dello "svem" [supervisore all'estetica dei modelli]

perché i poteri forti [come qui si suppone] prendono di mira i giuslavoristi ? perché una piccola modifica di un contratto nazionale di lavoro può rendere più flessibile, e così più competitivo, l'intero tessuto industriale di una nazione. essi quindi "vanno fermati" [dai poteri esteri, che possono ricattare una nazione "debole" come l'italia]. lo stesso potere [come si è visto] lo avrebbero i designer di una impresa automobilistica, che dà lavoro [tramite l'indotto], in italia, a centinaia di migliaia di lavoratori. il successo di una industria automobilistica dipende, come detto, dalle forme dell'automobile, e da esso può dipendere la prosperità di un'intera nazione. ma essi non sono ostacolati. infatti non hanno "potere": i bei disegni che propongono finiscono nel cassetto; le dirigenze richiedono modelli non troppo belli, anche brutti, che non siano "troppo competitivi": ai consumatori non va "regalato" il bello e la casa, in termini di quote di mercato, deve "stare al suo posto". ma può accadere [anche se lo si esclude per la maggior parte dei casi] che un modello sia messo in produzione con errori estetici non voluti. ciò è dimostrato dall'esistenza di modelli sia belli che brutti [come la mercedes classe A]: belli per la maggior parte della forma dell'oggetto, e "rovinati" per una sola parte inestetica [i fanali anteriori]. si mostrano tre modelli di automobili che si suppone abbiano provocato la crisi della fiat nei primi anni 2000.

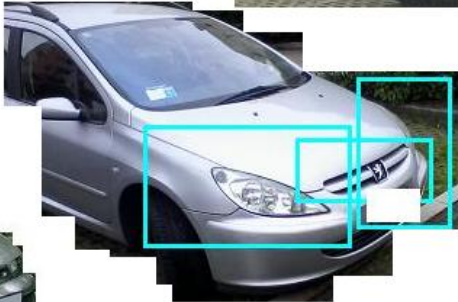
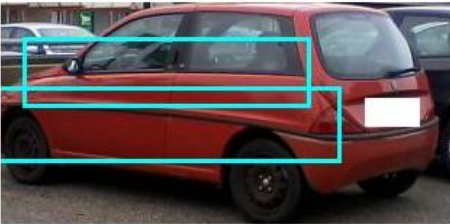
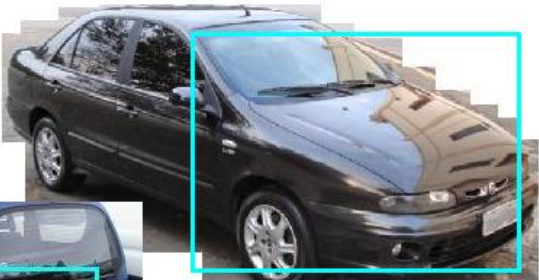


questi modelli sono la lancia libra, la fiat stilo e la fiat marea. la lancia libra assomiglia a una mercedes. sotto il profilo psicologico è possibile che sia stato detto ai disegnatori della lancia di costruire una automobile che assomigli a una mercedes [per i fanali] per dare al consumatore medio [non ricco] l'"illusione" di guidare una mercedes.

il supervisore all'estetica dei modelli ["svem"] è una figura lavorativa, che io introduco, esperta di estetica automobilistica, che corregge i disegni, evidenziando forme belle e forme brutte.

cap.7: esempi di forme estetiche e forme inestetiche. esempi di automobili esteticamente "perfette".

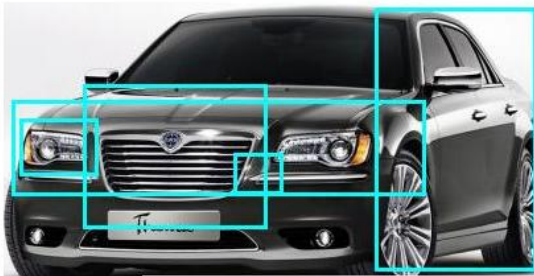
esempi di forme belle



esempi di forme brutte



esempi di forme esteticamente perfette



conclusioni

si è sottointeso in questo piccolo trattato [che è uno scritto realizzato da un consumatore di media cultura automobilistica] che è possibile realizzare e produrre modelli automobilistici che possono sempre incontrare il giusto estetico del consumatore, e anche venire incontro alle sue esigenze di prezzo. occorre che il disegnatore conosca le “leggi dell’estetica”.

si è detto che è possibile costruire il modello perfetto, e che non è giusto che politiche commerciali impongano alle sezioni stile delle case modelli “al ribasso”. in che senso non è giusto? ne va anche dell’economia di una nazione, se, come in italia, essa dipende tanto, sia economicamente che per una questione di immagine e di prestigio internazionale, dalla sua industria [storica] “di punta”: quella appunto automobilistica.

ma c’è di più. si riscontrano, al di là di quelle che possono essere politiche aziendali, veri e propri difetti. ne faccio alcuni esempi. una casa “forte” come la mercedes non è sotto ricatto. essa ha sbagliato il frontale della vecchia classe A. mio padre non ha comprato un modello volvo perché “troppo alto”, e un nuovo modello fiat perché “troppo basso”. la golf invece [che ho fotografato nel saggio: quella con l’“artiglio”, che tante botte mi ha dato ...] consente un’opportuna regolazione del sedile, e aveva in dotazione una vasta gamma di sedili.

ma queste sono questione tecniche, anche complesse. invece, si può quasi dire, l’estetica è “facile”. questo è quasi un “trattato da bar”: la gente al bar, se appassionata di automobili, sa distinguere ciò che piace, alla vista, da ciò che non piace. economicamente l’estetica paga, e non è accettabile che un’impresa, da cui può dipendere il destino di una nazione, scelga [appositamente] modelli brutti per le più diverse ragioni. alla fine, se prevale la bellezza, può accadere che l’impresa non venda molto. occorre allora scegliere tra un sistema economico che spesso premia ignoranza, invidia e bruttezza, com’è il capitalismo, e un modello di sviluppo alternativo.

[saggio creato nei giorni 1 e 2 febbraio 2014]