

Esiste una correlazione tra Innovazione e bellezza?

Alcune riflessioni oltre la UNI EN ISO 56000

DI PIERGIUSEPPE CASSONE*

Nelle pagine finali del libro "Introduzione alla Gestione dell'Innovazione" scritto insieme all'ing. Marco Cibien per diffondere le conoscenze recepite dalla norma UNI EN ISO 56002 Gestione dell'innovazione - Sistema di gestione dell'innovazione - Guida, forse un po' "provocatoriamente", o in maniera troppo "visionaria" riportavo la figura centrale di questo articolo.

Successivamente, anche per raccogliere spunti da sottoporre all'ISO/TC 279 per la futura pubblicazione della ISO 56001, ho lanciato un sondaggio su LinkedIn (Figura 1) il cui risultato mi fa pensare che forse la mia visione è errata o forse è ancora troppo lontana nel futuro. Eppure, proprio riflettendo sulle opzioni proposte attraverso il sondaggio, cercando di evitare dissertazioni tecniche, pensavo che quando due persone si incontrano ... sono attratte proprio dalla bellezza! Per molti il motivo dell'attrazione è spesso la bellezza fisica, per altri è l'ammirazione della bellezza intellettuale che traspare dalle loro parole o dai loro ragionamenti, altri ancora, forse una minoranza, sono affascinati dalla bellezza spirituale che queste persone, in qualche modo, emanano. La riflessione non è così fuori tema come potrebbe sembrare. Se riconosciamo la bellezza come il meccanismo con cui "creiamo il futuro", attraverso i nostri figli, quasi come se inconsciamente, attraverso di loro, volessimo trasferire al futuro quella bellezza che percepiamo nell'altra persona - perché, allora, incontriamo una così grande difficoltà a riconoscere ancora nella stessa bellezza il motore dell'innovazione o della gestione dell'innovazione? Ancora di più, perché non



può diventare la stessa bellezza la stella polare dell'innovazione?

Io sono convinto che alla base dell'idea che - dopo un lungo percorso impregnato di capacità, sudore, impegno e passione, grazie ai quali si possono superare tutti gli ostacoli per arrivare sul mercato a creare nuovo valore (in gergo noi lo chiamiamo *Innovation Management*) - porta all'innovazione ci sia proprio la **bellezza**. Discorso che vale anche per arte e architettura, ricerca scientifica e innovazione industriale. Alla base dell'innovazione, al di là dei possibili e sperati guadagni economici [1] e di riconoscimento sociale, sono convinto ci sia una ricerca di quella bellezza che abbiamo percepito e, in qualche modo, vogliamo condividere con gli altri e in un certo senso immortalare tramandandola ai posteri.

Anche come ingegnere, fin dai primi anni dei miei studi, di fronte ai più svariati problemi ho sempre percepito l'eleganza delle soluzioni matematiche "semplici" a un problema: una bellezza che, in un certo senso, richiama i concetti di leggerezza e rapidità delle lezioni americane di Calvino. Dai metodi

induttivi elementari, come quello di Gauss per sommare una serie di numeri consecutivi; a quelli che, cogliendo la bellezza della simmetria, ci inducono a ripensare la rappresentazione dello spazio geometrico, come nel caso in cui si adottano le coordinate cilindriche per calcolare in maniera rapida la diffusione di calore in un filo percorso da corrente; a quelli che ci fanno rimbalzare tra altri spazi puramente matematici, come nel caso dell'utilizzo della trasformata e dell'anti trasformata di Fourier per risolvere elegantemente complicati problemi di elettronica (ma anche di musica o di medicina). Non so se anche Genrich Altshuller nel formalizzare una delle più intriganti metodologie inventive come Triz [2] abbia più o meno consciamente applicato lo stesso ragionamento compiuto due secoli prima da Fourier, ma dall'esortazione a studiare ingegneria (ricevuta dal padre ingegnere di un mio compagno di classe, "così capirai perché i fili d'erba sono piegati in un certo modo"), alle applicazioni frattali ai trattamenti superficiali e alla meccanica dei solidi, all'applicazione di elementi della teoria dei gruppi per riconoscere attraverso le simmetrie degli orbitali e spin le proprietà stesse dei materiali, ho sempre percepito l'eleganza e la bellezza come un trampolino verso l'innovazione. Sono sicuro che queste mie riflessioni potranno sembrare inizialmente strane e un po' azzardate, ma proprio scrivendo queste righe mi sono venuti in mente altri illustri innovatori, sicuramente ben più accreditati di me, che sono stati ambasciatori della bellezza: tra questi non posso esimermi dal non ricordare Steve Jobs. È del resto nota a tutti la cura "maniacale" di Jobs per l'arte e il design prima ancora che per il guadagno. È noto il suo pensiero "Cercate di esporvi alle cose più belle che abbia inventato l'umanità e poi cercate di portarne il bello dentro ciò che fate", pensiero che, si dice, lo abbia por-

Quali concetti dovrebbero essere legati all'Innovazione / Gestione dell'Innovazione?

Puoi vedere i voti degli altri. Scopri di più

Efficienza, competitività, ...	38%
Sfide Globali (clima, ambiente)	46%
Resilienza, antifragilità, ...	13%
Ben - essere, bellezza,	4%

Figura 1

tato a capire che la bellezza fosse letteralmente "dentro" i suoi prodotti, osservandoli anche quando venivano assemblati i pezzi.

E ancora, prima della tecnologia e dell'innovazione, era ancora soprattutto la bellezza quella che pervadeva la presentazione del 9 gennaio 2007 a San Francisco e che faceva gongolare sul palco Steve Jobs mentre guardava, come un innamorato, il primo iPhone.

Anche Elon Musk, ora l'innovatore più ricco del mondo, in maniera sicuramente diversa, sta segnando in modalità "disruptive" l'evoluzione di un oggetto di uso comune, come l'auto elettrica Tesla, un oggetto tecnologico e bello, proponendo un modello che combina fattori innovativi, tecnologici, estetici e sociali: una contaminazione tra arte, design, ergonomia, hi-tech, per andare incontro alle esigenze estetiche delle persone. "Tutti questi progetti mostrano che la bellezza è un veicolo indispensabile per applicare i vantaggi dell'innovazione alla società e si distinguono per il processo di sviluppo basato sulla combinazione di competenze tecniche, creative e artistiche, un valore disponibile a lungo termine" [3].

La frase, non è mia, ma era troppo bella per non citarla integralmente e non pensare immediatamente sia al "valore" proposto dalla ISO56002 (o al successo durevole della ISO 9004) sia all'imperitura bellezza contaminante di un'opera d'arte.

Quali incredibili risultati potrebbe portare un approccio innovativo basato sulla cross-contaminazione tra discipline diverse come arte e tecnologia? Questo, in realtà, non è un mio recondito sogno, bensì è alla base del "visionario" programma europeo STARTS [4], acronimo di *Science Technology and Art*.

Anche in questo caso come non condividere l'incredibile risultato della "contaminazione" tra arte e scienza, ritornando a quando nel 2010, in occasione della visita alla mostra di Salvador Dalí al Palazzo Reale, il matematico Thomas Banchoff, che con il suo lavoro ha teorizzato ed esplicitato la matematica e la geometria n-dimensionale, mi faceva notare come la quarta dimensione fosse stata prima indipendentemente percepita e poi, successivamente, sapientemente coniugata da Dalí tanto da pervadere, in maniera più o meno celata, quasi tutta la sua

produzione artistica. Certo il cammino può essere lungo e difficile. Ma non avrei dubbio ad accettare la sfida, piuttosto che continuare a vivere la raccapricciante "edilizia anni 70", che, pur nell'assicurare una casa a tutti, credo abbia, in un certo senso, impoverito la nostra vita di tutti i giorni. L'innovazione deve, dunque, ricercare solo la bellezza? Con quanto sopra affermato non vorrei apparire manicheo perché, come dice giustamente Samuele nel suo commento al sondaggio su LinkedIn, la mia visione dell'innovazione è correttamente esemplificata da tutta la figura riportata dove l'innovazione non può prescindere dalla creazione di valore, come da tutti gli altri attributi dalla valutazione responsabile dell'impatto, alla sostenibilità, alla creazione di benessere, all'anti fragilità (Figura 2) (concetto a me altrettanto caro e reso sempre più irrinunciabile dopo gli ultimi eventi pandemici e politici) affinché non rimanga un esercizio effimero spazzato via dal primo vento contrario. Ritornando all'esempio iniziale, se consciamente o inconsciamente, come l'arciere di Khalil Gibran, voglio trasmettere attraverso i miei figli quella bellezza che ho percepito, prima di "scoccare la freccia", devo assicurarmi di farlo nel modo più efficace ed efficiente partendo dalla creazione di quel valore anche economico che permetta loro di crescere nel modo migliore, considerando fattori quali la sicurezza e l'impatto, le "condizioni del contesto" (sfide locali e globali), la sostenibilità nel tempo; tutti fattori che potrebbero deviare o interrompere la loro traiettoria e il tutto in un'ottica che non può prescindere da considerazioni di antifragilità.

*COORDINATORE GL 89 e HEAD OF ITALIAN DELEGATION PRESSO ISO/TC279 (INNOVATION MANAGEMENT)

RIFERIMENTI

- [1] Secondo Parini, "più dell'oro possanza sovra gli animi umani ha la bellezza".
- [2] "Teorija Rešenija Izobretatel'skich Zadač" traducibile in "Teoria per la Soluzione dei Problemi Inventivi
- [3] <https://www.goodstyle-mag.it/it/discovery-tuscany-i-copy-2/>
- [4] <https://starts.eu/>

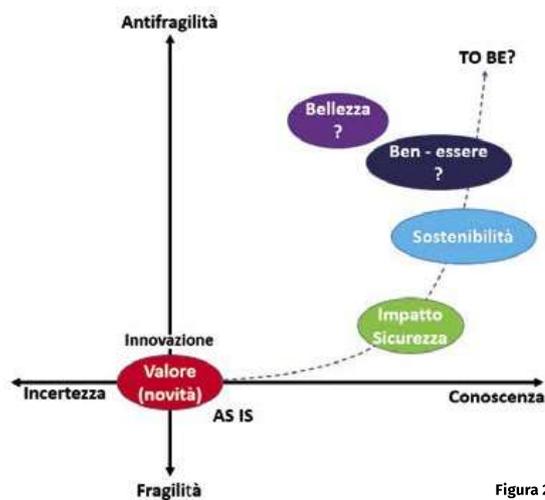


Figura 2