



# IL MANIFESTO INCOMPLETO PER LA CRESCITA

Tratto da "[Incomplete Manifesto For Growth](#)"

luglio 2010

Traduzione di Silvia Nowak aka Makita

[www.NinjaMarketing.it](http://www.NinjaMarketing.it)

## IL MANIFESTO INCOMPLETO PER LA CRESCITA

Scritto nel 1998, il Manifesto Incompleto è un'articolazione esemplificata delle dichiarazioni di Bruce Mau sulle convinzioni, strategie e motivazioni. Linee guida su come approcciare ogni progetto.

### 1 Permetti agli eventi di cambiarti

Devi avere la volontà di crescere. La crescita è diversa da qualcosa che ti accade. La produci. La vivi. I prerequisiti per la crescita: l'apertura a sperimentare gli eventi e la volontà che questi ci possano cambiare.

### 2 Dimentica il buono

Buono è una quantità conosciuta. Buono è ciò che tutti apprezziamo. La crescita non è necessariamente buona. La crescita è un'esplorazione di un percorso non illuminato che può solo in parte produrre ciò che ci aspettavamo. Finché ti atterrai al buono non avrai mai una reale crescita.

### 3 Il processo è più importante del risultato

Quando il risultato guida il processo si verrà spinti solo dove siamo già stati. Se il processo guida il risultato, potremmo non conoscere la direzione nella quale stiamo andando, ma sapremo di volerci arrivare.

### 4 Ama i tuoi esperimenti (come se tu fossi un brutto bambino)

La gioia è il motore della crescita. Sfrutta la libertà ricercando il tuo lavoro attraverso bellissimi esperimenti, tentativi, prove ed errori. Sii lungimirante e concediti ogni giorno il divertimento del fallimento.

### 5 Scendi in profondità

Più andrai in profondità e più probabilmente scoprirai qualcosa di valore.

[www.NinjaMarketing.it](http://www.NinjaMarketing.it)



## **6 Memorizza gli incidenti**

La risposta sbagliata è la risposta corretta alla ricerca di una domanda diversa. Riunisci le risposte sbagliate come facenti parti del processo. Fai domande diverse.

## **7 Studia**

Uno studio è un luogo di studio. Utilizza la necessità di produzione come una scusa per studiare. Ognuno ne trarrà beneficio.

## **8 Azione**

Permettiti di girovagare senza scopo. Esplora ciò che ti circonda. Disinteressati dei giudizi. Rimanda le critiche.

## **9 Comincia da qualsiasi parte**

John Cage ci dice che non sapere da dove cominciare, è una forma comune di paralisi. Il suo consiglio: cominciare da qualsiasi parte.

## **10 Ognuno è un leader**

La crescita accade. In qualsiasi momento avvenga, permettile di emergere. Impara a perseguirla quando ha un senso. Permetti ad ognuno di guidarti.

## **11 Raccogli le idee**

Genera applicazioni. Le idee hanno bisogno di un ambiente dinamico, fluido e generoso per sostenere la vita. Le applicazioni, d'altro canto, beneficiano di un rigore critico. Produci un elevato numero di idee per le applicazioni.

## **12 Continua a muoverti**

Il mercato e le sue operazioni hanno la tendenza di rinforzare il successo. Resistigli. Permetti al fallimento e al cambiamento di far parte del tuo essere.

## **13 Rallenta**

Desincronizzati dalla struttura standard del tempo e potrebbero presentarsi sorprendenti opportunità.

## **14 Non essere cool**

Cool è una paura conservatrice vestita di nero. Libera te stesso dai limiti di questa sorte.

## **15 Fai domande stupide**

La crescita è alimentata dal desiderio e dall'innocenza. Accertati delle risposte e non delle domande. Immagina di apprendere per tutta la tua vita alla velocità di un bambino.

**[www.NinjaMarketing.it](http://www.NinjaMarketing.it)**



## **16 Collabora**

Lo spazio tra le persone che lavorano insieme è pieno di conflitti, attriti, dissensi, allegria, piacere e un vasto potenziale creativo.

## **17 \_\_\_\_\_.**

Perdi coscienza intenzionalmente. Lascia spazio alle idee che ancora non hai avuto, ma anche alle idee degli altri.

## **18 Rimani sveglio fino a tardi**

Le cose strane accadono quando ti allontani troppo, stai sveglio a lungo, lavori tanto e sei disconnesso dal resto del mondo.

## **19 Elabora metafore**

Ogni oggetto ha la capacità di significare qualcosa per qualcos'altro rispetto all'apparenza. Lavora su ciò che sostituisce.

## **20 Sii attento ai rischi**

Il tempo è genetico. "Oggi" è il bambino di ieri e il genitore di domani. Il lavoro che produci oggi andrà a creare il tuo futuro.

## **21 Ripetiti**

Se ti piace, fallo ancora. Se non ti piace, fallo ancora.

## **22 Crea i tuoi strumenti**

Rendi ibridi i tuoi strumenti in modo da costruire cose uniche. Anche semplici strumenti che possiedi possono produrre nuove strade di esplorazione. Ricorda che gli strumenti amplificano le nostre capacità. Anche un piccolo strumento può fare una grande differenza.

## **23 Stai sulle spalle di qualcuno**

Puoi andare lontano trasportato dai risultati di coloro che ti hanno preceduto. La visuale è molto migliore.

## **24 Evita i software**

Il problema dei software è che ognuno li ha.

## **25 Non pulire la tua scrivania**

La mattina potresti trovare qualcosa che non puoi vedere la notte.

[www.NinjaMarketing.it](http://www.NinjaMarketing.it)



## **26 Non partecipare a competizioni**

Non farlo. Non è la miglior cosa.

## **27 Leggi solo le pagine sinistre della mano**

Marshall McLuhan lo fece. Con il decrescente ammontare delle informazioni, abbandoniamo la stanza per quello che egli definiva "noodle".

## **28 Crea nuovi vocaboli**

Espandi il lessico. Le nuove condizioni richiedono una nuova modalità di pensare. L'opinione richiede nuove forme di espressione. L'espressione genera nuove condizioni.

## **29 Pensa con la tua mente**

Dimenticati la tecnologia. La creatività non dipende dal device.

## **30 Organizzazione = Libertà**

La reale innovazione in design, o in qualunque altro campo, avviene in un contesto. Il contesto è normalmente una forma di cooperazione gestita dalle imprese. Frank Gehry, per esempio, è stato capace di realizzare solo Bilbao perché il suo Studio ha potuto mantenerlo nel budget. Il mito della rottura tra "creativi" e "uomini in giacca e cravatta" è quello che Leonard Cohen chiama "un affascinante artefatto del passato".

## **31 Non prendere in prestito denaro**

Ancora una volta un consiglio di Frank Gehry. Mantenendo il controllo finanziario, manteniamo il controllo creativo. Non ci vuole una Laurea, ma è sorprendente quanto sia difficile mantenere questa disciplina, e quanti abbiano fallito nel farlo.

## **32 Ascolta attentamente**

Ogni collaboratore che entra a far parte della nostra orbita porta con sé un mondo più strano e complesso di qualsiasi cosa si possa sperare di immaginare. Ascoltando i dettagli e la sottigliezza dei loro bisogni, desideri o ambizioni, incorporiamo il loro mondo all'interno del nostro. Nessun party sarà mai lo stesso.

## **33 Fai viaggi in campagna**

La larghezza di banda del mondo è maggiore di quella della tua TV, o di Internet, anche se totalmente immersiva, interattiva, dinamicamente resa, orientata agli oggetti, real time e ad una grafica simulata dal computer per l'ambiente.

## **34 Fai errori più velocemente**

Questa non è una mia idea - l'ho presa in prestito. Penso che appartenga a Andy Grove.

[www.NinjaMarketing.it](http://www.NinjaMarketing.it)

### **35 Imita**

Non esserne timido. Prova a portarti il più vicino possibile. Non farai mai tutta la strada e il distacco potrebbe essere notevole. Dobbiamo solo guardare Richard Hamilton e la sua versione di Marcel Duchamp del bicchiere largo per vedere quanto la tecnica sia ricca, screditata e simile a un'imitazione sottoutilizzante.

### **36 Fatti furbo**

Quando ti dimentichi le parole, fai come fece Ella : inventa altro, ma non inventare parole.

### **37 Rompilo, estendilo, piegalo, schiaccialo, chiudilo**

### **38 Esplora l'altra sponda**

La libertà esiste quando sfuggiamo tentando di scappare dal mucchio di tecnologie. Non possiamo trovare la sponda principale perché è schiacciata sotto i piedi. Tentare di utilizzare i vecchi equipaggiamenti rende obsoleti da un ciclo economico, ma ancora ricco di potenziale.

### **39 Pausa Caffè, giro in taxi e stanze verdi**

La reale crescita spesso avviene al di fuori del luogo nel quale siamo intenzionati a farla, negli spazi di intersezione – quello che Dr. Seuss chiama " lo spazio d'attesa". Hans Ulrich Obrist una volta organizzò una conferenza di scienza e arte con tutte le infrastrutture della conferenza – la festa, il pranzo, l'aeroporto d'arrivo – ma senza una reale conferenza. Apparentemente fu un enorme successo e generò molte collaborazioni continuative.

### **40 Campi da evitare**

Salta il recinto. I limiti disciplinamentari e i regimi regolatori stanno tentando di controllare l'istinto folle della vita creativa. Sono spesso fatiche incomprensibili per ordinare quelle che sono le molteplici complessità e i processi evolutivi. Il nostro lavoro è quello di saltare i recinti e oltrepassare i campi.

### **41 Ridi**

Le persone che vengono a trovarci nel nostro Studio spesso commentano di quanto ridiamo. Fin da quando sono diventato conscio di ciò, lo uso come barometro di quanto comodamente stiamo esprimendo noi stessi.

### **42 Ricorda**

La crescita è solamente possibile come prodotto di una storia. Senza memoria, l'innovazione è solamente novità. La storia offre alla crescita una direzione. Ma la memoria non sempre è perfetta. Ogni memoria è una degradata o composita immagine di un precedente momento o evento. Questo è ciò che ci rende consci della sua qualità come passato e non come presente. Significa che ogni memoria è nuova, un parziale costruito differente per la fonte e, un potenziale per la crescita.



### 43 Potere alle persone

Il gioco può solo accadere quando le persone sentono di avere il controllo delle proprie vite. Non possiamo essere agenti liberi se non siamo liberi.

## NINJAMARKETING



Dal 2004 è il primo osservatorio italiano dedicato allo studio delle teorie e delle tecniche del marketing non-convenzionale. I fondatori, Alex Giordano e Mirko Pallera, sono autori - insieme a Bernard Cova - del best seller edito dal Sole 24 Ore "[Marketing Non-Convenzionale](#)".

Membri dello IADAS (International Academy of Digital Art di New York), sono docenti di marketing creativo in istituti di alta formazione manageriale e consulenti per grandi aziende tra cui Telecom e Barilla.

[www.NinjaMarketing.it](http://www.NinjaMarketing.it)