

# „Amolyan tipikus latinos dolog”

INTERJÚ ALEJANDRO MESONERO-ROMANOS FORMATERVEZŐVEL

Az Design Hét Budapest 2015 spanyol díszvendégsége kapcsán, október elején, a világhírű spanyol autómárka, a SEAT vezető formatervezője, Alejandro Mesonero-Romanos is Magyarországon járt. Martinkó József készített interjút vele.



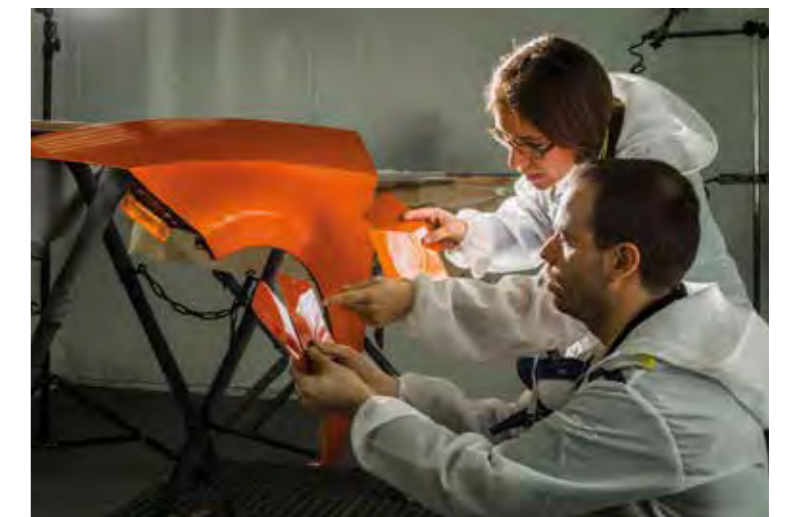
*A BMC-ben elhangzott előadását (interjúnk október 19. készült – szerk.) megelőzően szerencsém volt részt venni önnel egy vacsorán, ahol a fogások között rendkívül sokat elárult az autótervezéshez és a motorizációhoz való személyes viszonyáról. Úgy éreztem, hogy a BMC-ben ennek a vacsorán elhangzott beszélgetésnek a „szerkesztett változatát” is meghallgathattuk. Akik nem voltak itt személyesen, azok számára hogyan foglalná össze az előadáson elmondottakat?*

Azt próbáltam átadni, hogy mi az, ami engem mozgat, motivál az autókultúrában, hogyan tekintek az autótervezőkre, így saját magamra. Igyekeztem kifejtetni, hogy melyek a fő értékeink, melyek a legfontosabb aspektusok, amelyeket szem előtt tartunk, amikor a SEAT-nál új formákat alkotunk. Vagyis szerettem volna betekintést nyújtani az autóipar kulturális vonatkozásába. Ez elsősorban amiatt fontos, mert a nézők között sokan bizonyára nem gyakorló tervezők.

*Ha jól értettem, ennek a kultúrának az egyik kulcsfogalma a „szendély”.* A sendvény egyike azoknak a kulcsfogalmaknak, amik előreviszik a tervezőt abban, hogy új megoldásokon gondolkodjon. Úgy vélem, hogy azért viszünk véghez nagy tetteket, alkotunk meg szép tárgyakat, mert van bennünk sendvény, mert mélységesen szeretjük azt, amit csinálunk. Ezzel a sendvélyvel áll kapcsolatban az olasz designerek korábbi és a mai spanyolok sikere. Szerintem a siker egy fontos eleme ez a fajta sendvényesség, a bennünk rejlő kulturális igény, hogy az érzelmeinket átfordítsuk esztétikára. A latin kultúrában mindig is az esztétikum és az érzelem kerül előtérbe a tervezés, az alkotás során. Nézzen meg más tervezőket más kultúrákból: racionálisabbak, a rációt az érzelmek elé helyezik. Ha nekünk tetszik, vagy éppen nem tetszik valami, az azonnal látszik rajtunk, azonnal reagálunk. Mi az érzelmeiket tesszük az első helyre, ez amolyan tipikus latinos dolog.

*A spanyol formatervezők sikere mennyire múlik az oktatáson?*

A spanyol oktatás a design terén rendkívül magas szintre jutott az elmúlt évtizedben, mára tényleg a hétköznapi része a design. A SEAT kapcsolatban van két-két iskolával Barcelonában és külföldön, illetve egyvel Galiciában. Ezekben az intézményekben projekteket vezetünk és a legtehetségesebb tanulókat meghívjuk magunkhoz egy hathónapos gyakorlatra, ahol kiderül, kiből van tervezői potenciál, próbára tudjuk tenni őket a gyakorlatban, megismerjük a képességeiket, a személyiségüket. Ezek a hallgatók segítenek bennünket a gondolkodásukkal, és később akár munkát is kínálunk nekik. Ez nagyon praktikus dolog is, hiszen így találunk rá a legjobb munkatársainkra.





*Az előadása során vetítette a SEAT Leon reklámfilmjét, amit városi környezetben vettek fel. Olyan érzésem volt, mintha az autó fő vonalai és a városi környezet látványa erős kapcsolatban állnának egymással, mintha a design részleteinek a forrását az urbanisztikában kellene keresnünk.* Minden tervező számára fontos, hogy inspiráló közeg vegye körül. A SEAT életében ilyen Barcelona, ami egyébként otthonom is. Ez a város széles skáláját tárja elénk a látnivalóknak, a vizuális élményeknek. Ez egy olyan város, ahol gyönyörűek a fények, a napfényben egészen precízen látni a kontúrokat, a részleteket, a vonalakat. A fények ereje egészen sajátos „megvilágításba” helyezi a várost, az épületek itt kifelé kommunikálnak, ugyanúgy egyébként, mint ahogyan Budapesten is láttam. Az autók ezzel a fényjárta, erős vizuális környezettel kerülnek interakcióba, és ezt a viszonyt nekünk formatervezőknek kell rendszerbe foglalnunk. Ráadásul az olyan eklektikus városokban, mint amilyen Budapest vagy Barcelona, fontos az értékek keveredése is, hiszen a régi és új épületek így, együtt csodálatosak. Nem hiszek abban, hogy mindennek radikálisan újnak, modernnek kell lennie. A design képes integrálni a régi korok értékeit a mába. Nagyon szeretem a régi dolgokat és szeretem látni, hogy egy kultúra hogyan képes egységesíteni a régít az újjal. Barcelona képes erre, és az az érzésem, hogy Budapest szintén.

*Olvastam az autóbelső tervezéséről, az ún. vezető-központú designról, a SEAT tervezési nyelvezetéről. Eszerint bár a vevő először kívülről látja az autót és valójában a külső adja el az autót, de utána belül, és az a vizuális környezet, amiben órákat tölt majd el, különösen fontos. Mik ennek az elemei, és hogyan/mitől működik egy ilyen design?*

Elsősorban azt akarjuk, hogy kényelmes legyen az autó, ergonomikus, például ezért tervezünk az autó vezetője felé irányuló műszerfalat: minél magasabbra helyezzük és minél inkább a vezető felé fordítva tervezzük meg azért, hogy az autó vezetője egyszerre lássa jól a műszerfalat és az utat. Eppen ezért a műszerfallal az egyszerűsége törekedtem, vagyis ne legyen túltervezve, mentes legyen minden sallangtól és vizuális környezetszennyezéstől. Mert minden dekoratív elemnek meg kell, hogy legyen a jól definiált helye és szerepe, és persze az optimális mennyisége. Az egyszerűséget az élet minden területén nagyon szeretem, de a tervezésben különösen. Itt egyszerűség alatt nem valami primitív megjelenést értek, hanem letisztultsá-



got, valamit, ami mértékletes, de karakteres. Csupán néhány vonal, de azok jól kitalált helyen jelennek meg, hogy az összképet segítsék. Nem vagyok híve annak, hogy szanaszét helyezünk el vonalakat, mert attól érdekesebb lesz a végeredmény. Én abban hiszek, hogy a szépség a közérthető, de érzelmekre ható és funkcionális elemekből származik.

*Az AUDI-ról hallottam, hogy a világítás nagyon-nagyon fontos. Hogy van ez a SEAT-nál?*

Az autók nál általában kiemelt fontosságú a világítás. Természetesen biztonsági szerepe is van, de játék is ez az érzékekkel, az észleléssel. Az emberek szeretik a világítás-design, a fények meglepő hatását a sötétben.

*Olyan ez, mint egy logó a sötétben?*

Igen, az a védjegyed, szinte márkajelzés, hogy hogyan kezeled az autón kialakított fényzőrőket, jelzőfényeket. Olyan, mint egy bélyeg. A SEAT sikere részben ebben is rejlik: a lámpák nagyon szépek, fejlett, a többi márkától/gyártótól különböző technológiával rendelkeznek. Egy SEAT-ot azonnal felismeresz a háromszög alakú lámpáiról! Tényleg védjegyként kezeljük, ez egy know-how: mi így kezeljük a világítást! És a beltérben ugyanúgy játszunk a fényvel, érzelmeket, hatásokat keltünk általa.

*Mostanában sokat beszélünk az elektromos autók forradalmáról, mintha kicsit szkeptikus lenne, hogy erre nem rövid távú hóbortként kell tekintenünk, hanem ez egy meghatározó törekvés a piacon.*

Olyan időköt életünk, amikor az országok kormányai és a nagyközönség elvárásai az autóipart új irányba viszik. Nem tudok válaszokat, nem tudom pontosan hová, mi felé haladunk. De komolyan azt hiszem, hogy ebben a „forradalmasításban” fogunk élni a következő években. A fő elvárás azonban, vagyishogy az emberek A pontból B pontba akarnak eljutni, nem változik. Az pedig már rajtunk - tervezőkön, mérnökökön - múlik, hogy hogyan szervezzük, gondoljuk újra ennek az elvárásnak megfelelően az autózás módszerét és technológiáit. Nyilvánvalóan minden csoportnak/gyártónak megvan a maga stratégiája, mi a SEAT-nál például azt vizsgáljuk, hogy az autóhasználat milyen irányba fejlődik az elkövetkezendő 15-20 évben. Csak akkor tudsz egy célnak megfelelő stratégiát felállítani, ha középtávú/hosszú távon gondolkodsz. Most egyelőre ezt vizsgáljuk, a konkrét megoldások, projektek ideje még odébb van.

