

# ANTROPOLOGIA DI STEVE JOBS

Busatta F., Busatta S., Stocchero D.

*" Questo è uno dei miei mantra: concentrazione e semplicità. Il semplice può essere più forte del complesso. Devi lavorare duro per pulire il tuo pensiero e renderlo semplice. Ma alla fine ne vale la pena perché una volta ottenuto ciò, puoi spostare le montagne"*

*Steven Paul Jobs (1955-2011)*

## iDeath

No, non ho mai avuto un aggeggio Apple e non sono fan della mela morsicata. Meno di un mese fa però ho conosciuto per la prima volta un vero fan della Apple, che in pochi minuti mi ha raccontato alcuni aneddoti su Steve e mi ha incuriosito a tal punto che nell'ultima settimana mi son guardato il film *"I pirati della Silicon Valley"* (era free su youtube sabato, adesso l'hanno già tolto) e letto circa metà del libro *"Steve Jobs. L'uomo che ha inventato il futuro."* Stamane arrivo al lavoro e mi dicono: *"hai sentito? Steve Jobs è morto."*

Insomma, per me, realmente, Steve Jobs era "vivo" da due settimane. Prima sapevo chi fosse di nome e posizione sociale, ma non avevo minimamente idea di quale fosse la sua storia, le sue idee, il suo lavoro. Era CEO Apple, punto. Ecco, qualche mese fa avevo apprezzato il discorso che aveva fatto ai laureati di Stanford nel 2005, un discorso che mi aveva veramente colpito per essenzialità e profondità. Qualche mio prof delle superiori, o forse dell'università, aveva detto che una delle caratteristiche delle persone intelligenti era saper dire cose profonde in maniera semplice, accessibile. Stando a quel discorso, definire Steve "intelligente" secondo me era un eufemismo. Discorso folgorante.

Ma tutto qui. Anzi, no. Forse uno dei modi che mi avevano nel corso del tempo messo in contatto con Steve era attraverso alcuni prodotti che lui e il suo team della Apple Inc. avevano creato. Li possedevano diversi amici. Pc, iPod, iPhone, iPad. Capitava di essere in un'aula studio, in una stanza di un appartamento, seduti attorno al tavolino di un bar, ma la mia sensazione alla vista di quegli apparecchi era sempre la stessa: li trovavo spaventosamente stridenti con l'ambiente. Quasi decontestualizzati. E la cosa mi colpiva moltissimo.

Un pc Apple, con la sua linea, i colori, la forma, l'aspetto estetico globale di pezzo tecnologico, strideva ai miei occhi in maniera massiccia rispetto al muro della stanza

sullo sfondo, al tavolo dove era appoggiato, alla sedia che aveva davanti. Un iPhone, appoggiato su un tavolino di un bar medio di provincia, con al centro il posacenere nero, con la superficie usurata dai bicchieri appoggiati nel corso degli anni, su gambe magari non perfette, un pò traballanti, strideva proprio.

Ripeto, non ho mai posseduto un apparecchio Apple. Quindi non so come funzionino. So però molto bene come mi appaiono. Futuribili, perfetti, decontestualizzati rispetto all'estetica media degli ambienti che io frequento la maggior parte del mio tempo. Non conoscevo nulla di Steve, ma questa dati percettivi erano intensi e facevano la differenza. Sembravano (sembrano) appartenere a un altro mondo estetico.

Quindi non è stato difficile, entrando in contatto con fonti che parlano della vita di Apple, di NeXT e di Pixar, capire bene cosa intendesse Steve quando si definiva un artista. Capire perchè Apple abbia sempre puntato sulla grafica, costruendo mondi a icone, mondi animati dalla Pixar, presentazioni di prodotto assolutamente geniali, a partire da quello spot storico, [1984](#), che è entrato nella storia della pubblicità.

**La bellezza è sempre stata una fissa per Steve Jobs**, e basta guardare i prodotti per capirlo. La sua rivoluzione è stata sia tecnologica ma anche e forse soprattutto estetica, percettiva. Un tentativo di fusione di mondi che fino ad allora erano stati divisi: arte e tecnologia, bellezza ed efficienza, razionalità manageriale e ispirazione filosofica. Dal punto di vista dell'antropologia culturale, la storia umana e imprenditoriale di Steve Jobs è una fonte inesauribile di temi da approfondire e questioni da analizzare.

Si può partire dalla cultura della Apple Inc, da una prospettiva di **corporate anthropology**. E' stato uno dei primi a riorganizzare gli ambienti di lavoro con *open space*, a fare selezione della risorse umane con un approccio originale che mettesse in secondo piano (se non in terzo) la formazione accademica e formale privilegiando le caratteristiche personali di entusiasmo, creatività e capacità di appassionarsi alle cose che si fanno, a farle con amore. credeva nella capacità delle persone di imparare e metteva a loro disposizione un ambiente dove ciò fosse possibile. Ha rivoluzionato le gerarchie ferree vigenti all'epoca, credendo che una organizzazione del lavoro con posizioni più orizzontali fosse più umano, efficiente e produttivo. Credeva nella leadership e molto poco nel managerialismo. Ha creato un mega-brand globale, una specie di culto tecnologico, vedendosi trasformato in un guru osannato da folle di adepti. Come? Perchè? Se gli antropologi culturali ci sono, battano un colpo.

Si può passare per un'analisi dei pezzi tecnologici prodotti come artefatti facenti parte di una determinata **cultura materiale**, attraverso la quale si reimpostano modalità comunicative, interattive e cognitive. I prodotti Apple stanno inondando il pianeta, e danno forma a prassi che sono nuove e che cambiano radicalmente la nostra vita. Rendersene conto, capire in che modo la cambiano, e governare il cambiamento sta a noi. Gli strumenti dell'antropologia culturale e i suoi concetti possono illuminare pratiche quotidiane che prendono forma e che mettono in relazione le persone in maniera nuova, ad esempio riducendo enormemente l'impatto di variabili quali spazio e tempo nella forme comunicative e sociali. Il rapporto uomo-tecnologia raggiunge

nell'antropologia di Apple limiti probabilmente mai visti prima, sia nel mondo della comunicazione che in quello della visione, del divertimento e fruizione della musica.

Ancora, la storia di Steve Jobs e della aziende da lui create o co-create (lo so, lo so, c'è anche Wozniack, il genio dei pc) è paradigmatica per un'**antropologia dell'innovazione**. Al di là della parolina prezzemolina, una delle caratteristiche peculiari di Steve è quella di aver messo a fondamento della propria attività imprenditoriale quella di inventare cose nuove da vendere alle persone. Non quindi innovazione episodica all'interno di un trend conservatore, ma innovazione come modello standard di business. Questo è rivoluzionario. O era nuovo, bello, ottimo, o si doveva cambiare. Zero compromessi. Piuttosto un fallimento, e nella sua storia imprenditoriale di fallimenti ce ne sono stati. Ma, come ha detto qualcuno, l'importante non è cosa ti succede nella vita, ma come reagisci. E la reazione del genio, come lo si vede dipingere oggi, è stata spesso azzeccatissima.

Infine, ma ciò non esclude che altre prospettive siano presenti e proficue, c'è l'analisi propria dell'**antropologia filosofica** di Steve Jobs. C'è l'uomo che è messo al centro del proprio mondo creativo. C'è l'immaginazione, la visione, le credenze che prendono forma nella mente e plasmano il mondo. C'è un pò di hippismo, di Hare Khrisna, di LSD, cose molto comuni per l'epoca. Tanti vi hanno partecipato, era un pò lo stile della California anni '70. La ricerca spirituale, i viaggi in India, Esalen, il movimento del potenziale umano e tutte quelle altre belle cose del mondo che fu dove, mi dicono, tutto sembrava possibile e tutto aspettare di essere fatto. Tanti vi hanno partecipato, ma di Steve Jobs resta la memoria e di Apple Inc. (che ha capitalizzato 350 miliardi di dollari in borsa) ne abbiamo una sola. Negli USA. Cosa ha reso possibile, a livello di contesto, di società, di cultura diffusa, di leggi e di libertà, la nascita e lo sviluppo di una tale epopea? La domanda viene spontanea e qualcuno di è dato anche una risposta, politicamente scorretta ma quanto mai vera:

*Perchè in Italia non è mai nato uno Steve Jobs? Perché se qualcuno avesse cercato di inventare qualcosa nel garage di casa, sarebbero arrivate l'asl, i nas, i ris, la digos, la finanza, i vigili, i carabinieri e i pompieri a rompergli i coglioni. Mandati dai vicini di casa invidiosi. (Leonardo Facco)*

Cosa può dire l'antropologia culturale di sensato su questa Storia? Dico sensato perchè dire, come si legge in giro, che "è tutto marketing", "è tutta questione di soldi" e "secondo me Apple fa schifo" sono idiozie che indicano il grado di intelligenza infimo di chi le scrive, anzichè aiutare a capire meglio come vive l'uomo e cosa succede al mondo, due dei compiti dell'antropologia culturale.

## **iCulture**

La morte di Steve Jobs ha fatto vibrare il pianeta. Anche chi non ne aveva mai sentito parlare non può non chiedersi chi fosse colui che genera un eco planetario di tal fatta.

Mia nipote di 12 anni oggi mi ha detto *"io Steve Jobs non l'avevo mai sentito prima...cioè sapevo che cos'era la Apple, e mi piacerebbe un iPhone, ma Jobs non lo conoscevo...dev'essere stato una persona importante se tutti continuano a parlarne...certo che l'iPhone costa troppo!"* A volte guardare la realtà attraverso gli occhi di un preadolescente è illuminante.

Da antropologo trovo affascinante guardare al mondo Apple con i quei particolari occhiali disciplinari. Comincerei col fare alcune distinzioni perchè c'è troppa roba. **La prima distinzione che farei è tra l'imprenditore, Steve Jobs, e l'azienda di riferimento, Apple.** Dico di riferimento perchè ci sono anche NeXT e Pixar, sicuramente non meno interessanti di Apple ma solo per ora lasciate sullo sfondo. Non c'è ovviamente coincidenza tra queste cose, e ognuna di esse va indagata sia autonomamente che nell'interazione con le altre. Jobs è un maestro dell'olismo, ma troppo olismo rende difficili le analisi.

Steve Jobs è innanzitutto un imprenditore californiano nel settore alta tecnologia. Ciò basta per riconoscergli degli elementi peculiari che impediscono di confonderlo con qualcosa d'altro. La sua storia imprenditoriale si intreccia fortemente con la vicenda umana, con le sue amicizie primarie e le esperienze compiute volontariamente oppure casualmente. Questo aspetto va messo bene a fuoco perchè la ragion d'essere dell'uomo Jobs è **imprenditoriale**. Vengono dopo gli attributi di genio, guru, leader, visionario, folle, eccetera. Tutte aggettivi opportuni e veritieri, ma che si innestano su quella struttura di base che è imprenditoriale.

Quindi trovare un'idea, crearci attorno un'azienda che organizzi i fattori di produzione in vista della vendita di oggetti e servizi affinché si ottengano dei profitti crescenti. La *ratio* di Steve Jobs è questa, un imprenditore che crea, fa sviluppare e guida la propria azienda. E' immerso quindi in un mondo di costi e margini, di clienti e fornitori, di rischio e guadagno, di errori e perdite, di problemi di continuità aziendale e innovazione per la sopravvivenza.

Queste cose tediose ma reali vengono spesso perse di vista da chi valuta come "reale" solamente l'aspetto mistico trasmesso da Steve Jobs, oppure crede che la bellezza dei prodotti Apple nasca senza sforzo solo perchè qualcuno ha deciso che devono essere belli, e così vengono prodotti. O, ancora, crede che una azienda capitalizzata 350 miliardi di dollari arrivi ad essere tale solamente perchè fa molto marketing, spingendo le persone ad acquistare i propri prodotti. Senza capire che per tutto il marketing che si possa fare, se i prodotti di una azienda non interessano e non piacciono alle persone restano nei magazzini e l'azienda chiude.

Non è quindi immediato capire in che modo Steve Jobs sia diventato proprio quel Steve Jobs. Non ci sono formule semplici e variabili uniche, bensì un mix di fattori che, interagendo, hanno dato vita ad una delle vicende imprenditoriali più eccezionali della storia della tecnologia. Un'antropologia della imprenditorialità analizza sia le variabili personali e i tratti caratteriali dei singoli imprenditori, le loro disposizioni, esperienze formative e orizzonti mentali, ma anche i contesti umani, familiari e allargati, dove essi sono cresciuti e dove operano. E' ormai assodato che i contesti hanno un potere

enorme nel selezionare caratteristiche personali che nel corso del tempo si rilevano preziose per scegliere di fare gli imprenditori. Ancora, la cultura d'impresa e la voglia, la fame, l'entusiasmo di voler fare "per conto proprio" è qualcosa che trascende il singolo individuo e si respira disciolto nell'aria di certi ambienti, territori e momenti storici. In questo caso è bastato un garage per fare da ambiente all'embrionale Apple. Ma c'era probabilmente molto di più in quell'ambiente di ciò che si vedeva, c'era qualcosa di molto più grande che sosteneva che aveva idee e voglia di fare. E non erano i soldi sicuramente, in questo caso, perchè il tutto iniziò con poche migliaia di dollari raccolti vendendo il furgoncino VW usato di Steve. Famiglia che distribuiva amore più che soldi, nessuna laurea, nessuna raccomandazione, nessun parente inserito.

**COSA** ci fosse in quell'ambiente per dare il via all'Epopea è una domanda che non può non affascinare un antropologo. **COSA** ha fatto sviluppare quella cultura dell'impresa? quella cultura dell'innovazione? quella cultura della voglia di fare e di rischiare, di sbagliare e di riprovare? Insomma, quali sono i fondamenti storici dell'**iCulture**, nata 30 anni fa e che ora che pervade il pianeta?

Apple Inc. è un'azienda. Come tale è composta da diverse persone che svolgono diversi compiti ma, nella sostanza voluta da Steve Jobs, è un organismo olistico che occupa squadre di lavoratori che intervengono in simultanea in tutte le fasi dello sviluppo del prodotto. Il cuore pulsante della Apple non è la gerarchia dei ruoli come appare dall'organigramma aziendale, bensì è la qualità totale del prodotto e la sua "**produzione olistica**" (termine coniato da Steve). E' il prodotto al centro della vita aziendale, e attorno ad esso operano in maniera circolare, ricorsiva e interdisciplinare team di specialisti. E' questo il core della corporate culture di Apple. In aperta rottura con altre corporate culture molto diffuse che prevedono progettazione e esecuzione lineare, team disciplinari, livelli gerarchici con flussi informativi vincolati e un orientamento al prodotto che non spicca sulle altre funzioni aziendali. Per un antropologo che si interessa di cultura aziendale è difficile non rimanere affascinato da questa **completa riorganizzazione dei valori aziendali** rispetto ai modelli simil-IBM.

I fondamenti dell'*iCulture*, ossia i principi primi, spesso impliciti, su cui si basano e si sviluppano i mondi culturali studiati dagli antropologi, si reggono su un'antropologia che prende le mosse dal movimento del potenziale umano della California degli anni 60'-70', con al centro una serie di caratteristiche peculiari inerenti la persona, ossia la creatività, l'unicità, la bellezza, l'energia e un'incessante sforzo di ricerca e di crescita. Inutile dire che queste qualità sono inerenti all'uomo Jobs, all'azienda Apple e ai prodotti venduti. Parola non mia, ma di milioni di fanatici che intasano ancora in queste ore innumerevoli forum on line. Sono gli stessi identici concetti che emergono dal sentire le persone descrivere Jobs dopo averci lavorato insieme, descrivere la Apple dopo averci lavorato dentro, descrivere gli *iProducts* dopo averli visti, comprati e usati.

Io credo sia questa una delle caratteristiche fondamentali dell'*iCulture*: l'omologia strutturale di ciò che si ha in ingresso (le idee e lo stile di Jobs), ciò che si ha nell'organismo che produce (la cultura aziendale di Apple) e ciò che si ottiene in output (i prodotti usati dai clienti e la loro esperienza). C'è profonda coerenza tra questi tre aspetti, e formano un tutto, un Olos. L'olismo di cui parlavo prima, di cui parla il buddista Jobs, di cui parlano le discipline orientali. La potenza sta lì, tutta lì, nel sistema culturale creato e trasmesso, un sistema di valori che prende forma tecnologica nei prodotti. E' allineamento fra idee, materia e business. **E' l'olismo l'arma vincente della Apple.**

## **iDistinction**

Dopo alcuni anni di crisi tra il co-fondatore e la creatura che l'aveva rinnegato ed espulso, la Apple, nel 1998 Jobs torna e dà vita all'iMac, e linfa economica alla Apple in affanno. Accolto in modo straordinario l'iMac fu il primo di una serie di prodotti dall'immenso successo. Poco dopo l'iMac usciva una nuova versione che sembrava, almeno a me, soprattutto una bella lampada da tavolo design. Ricordo che proprio in quel periodo un collega analfabeta di computer mi chiese consiglio su cosa comprare al figlio adolescente, se un Mac, che costava un braccio e una gamba e che il figlio voleva perché "era bello", oppure un PC del disprezzato Bill Gates. Così gli risposi: *"Se vuoi un bel soprammobile che fa solo quello che ti permettono di fare da Cupertino, ma che ti fa sentire un figo radical chic perché paghi di più, scegli Mac. Se invece vuoi lavorarci col computer e se hai un'esigenza nuova attacchi un nuovo pezzo fino ad avere più un albero di Natale che un PC, oppure compri un nuovo programma Windows compatibile, allora scegli PC"*. Il collega, che era un vecchio comunista, scelse alla fine PC.

Il problema tra Mac e PC in realtà era una nuova versione della vecchia guerra tra sistema Betamax della Sony e sistema VHS della JVC per i videoregistratori. Sony aveva optato per un **prodotto elitario**, anche migliore per certi versi, ma di cui non aveva ceduto la licenza a nessuno, volendo il 100% del controllo. La JVC, al contrario, aveva dato la licenza a tutti in cambio di una royalty congrua economicamente, così aveva spopolato perché tutti i costruttori di videoregistratori e di apparecchi TV avevano optato per il sistema VHS e Sony aveva preso una batosta storica. La situazione era più o meno la stessa nel 1998: la Apple, come la Sony, voleva il **controllo totale** ed era quasi sparita dagli scaffali dei videogiochi delle grandi catene di supermercati americani. Lo so perché avevo cercato per tutta Seattle un videogioco per Mac per un amico e l'avevo trovato solo in un negozio specializzato Apple nell'estrema periferia, e Seattle non è Mexican Hat, Utah. La Microsoft, al contrario, come la JVC, aveva optato per vendere la licenza del sistema Windows a tutti quelli che costruivano computer e aveva fatto saltare il banco. Quando dico a tutti, intendo anche il mio rivenditore che fa assemblati su misura dei clienti, adatti alle esigenze individuali. Così Microsoft offriva un prodotto altamente flessibile a un prezzo inferiore, accontentando sia le tasche proletarie che quelle professionali. Quando Steve Jobs tornò alla Apple, non cambiò affatto la filosofia dell'azienda a proposito del controllo totalizzante, anzi, ma nascose questa filosofia dietro una religione elitaria dell'**estetica del prodotto**. Ovviamente non poteva ingannare il

mondo degli hacker, che odiano il **totalitarismo di Cupertino** assai più del **monopolismo di Redmond** (la cittadina a 20 km da Seattle dove ha sede Microsoft). Però poteva far breccia, come ha fatto, presso chi aspirava a titoli di **nobiltà culturale**, per usare un'espressione di Bourdieu. E proprio *'La Distinzione'* di Bourdieu (1979, ed. italiana Il Mulino, BO 1983) mi sembra possa offrire un'interessante chiave di lettura del fenomeno dei **Maccultisti, i seguaci di Steve Jobs**, l'elegante asceta di fronte al quale Gates sembra un letto sfatto.

C'è da dire innanzitutto che siamo in un periodo in cui, con il potenziamento dei musei d'arte moderna e il trionfo della pop art, vi è un accesso allo statuto di opera d'arte di oggetti prima trattati come curiosità da collezione o come documenti storici ed etnografici, oppure oggetti di mobilio ed elettrodomestici. L'accesso allo statuto di opera d'arte di questi oggetti, osserva Bourdieu (p. 26) ha materializzato l'onnipotenza dello sguardo estetico, un'operazione con cui l'artista, con la totale complicità degli intellettuali, ha prodotto un nuovo feticcio. Il consumo materiale o simbolico dell'opera d'arte costituisce una delle manifestazioni supreme dell'agio, sia nel senso di condizione agiata economicamente, che in quello di atteggiamento disinvolto (p. 52), in altre parole **l'essere figo**. Man mano che aumenta la distanza oggettiva dai bisogni, tipici delle classi popolari, continua Bourdieu, lo stile di vita (borghese) diventa sempre più quello che Weber chiama una **'stilizzazione della vita'**: scelta sistematica che orienta ed organizza le pratiche più diverse, dalla scelta di un'annata di vino o di un formaggio, all'arredamento di una casa di campagna. E quindi di un pezzo di arredamento oggi indispensabile: il computer, oppure dell'abbigliamento/protesi, l'iPod, l'iPhone e l'iPad. L'effetto del modo di acquisizione, precisa Bourdieu (p. 75) non è mai così forte come nelle scelte più ordinarie dell'esistenza quotidiana: il mobilio, l'abbigliamento, la cucina, che sono particolarmente rivelatrici di atteggiamenti profondi e radicati, perché, collocandosi al di fuori del campo di intervento dell'istruzione scolastica, devono venir affrontate, per così dire, dal **nudo gusto**, al di fuori di qualsiasi prescrizione o proscrizione esplicita, se non quelle imposte da istanze di legittimazione assai poco legittima come i media. L'atteggiamento estetico (p. 53) è una dimensione di un rapporto di distanza, ma ben assicurato al mondo degli altri. E' anche un'espressione distintiva di una posizione privilegiata nello spazio sociale, il cui valore distintivo si determina oggettivamente nel rapporto con altre espressioni risultanti da condizioni diverse. Come ogni altra specie di gusto, esso unisce e separa. I gusti, cioè le preferenze espresse, nel nostro caso verso un sistema operativo e un prodotto Mac, rappresentano l'affermazione pratica di una differenza necessaria, e si affermano in forma del tutto negativa, attraverso il rifiuto opposto a gusti diversi ("chi preferisce il PC è un reazionario e uno sfigato"), dato che i gusti sono innanzitutto dei disgusti, osserva Bourdieu, fatti di orrore e intolleranza viscerale, tipo **"mi fa vomitare"**. E' facile capire perché i Maccultisti si stringano assieme per disperdere le armate diaboliche degli sfigati del PC, perché abbiano siti come <http://www.cultofmac.com/> oppure perché Jobs nel presentare i suoi prodotti usava termini da cultismo New Age come **'magia'** e **'esperienza'**. Le contrapposizioni apparentemente più formali di questa mitologia sociale, osserva infine Bourdieu (p. 470), sono sempre debitorie della loro efficacia ideologica al fatto di rimandare, in modo più o meno diretto, alle più fondamentali contrapposizioni

dell'ordine sociale: quella tra dominati e dominanti, iscritta nella divisione del lavoro, e quella fondata sulla divisione del lavoro di dominio, cioè capitalisti e intellettuali, che all'interno della classe dominante mette in contrapposizione due diversi principi di dominio, due diversi poteri: dominante (capitalista) e dominato (intellettuale al suo servizio), temporale e spirituale, materiale e intellettuale. **Così il fine ultimo dei Maccultisti**, che gli adepti se ne rendano conto oppure no, **è quelli di proporre se stessi come elite dominante, illuminata perché pura esteticamente**, o per dirla in termini New Age, i maghi bianchi, gli angeli del Bene, in ultima analisi una versione postmoderna riveduta e corretta del mito aristocratico platonico di Atlantide o dell'Utopia di Moro, passando per i Santi puritani e i guru oriental-californiani.

## **iAmerica parte I**

Parlare oggi di Steve Jobs senza scadere nell'agiografia è come parlare di Berlusconi senza scadere nel vituperio. Poiché sono sempre stata contraria al pensiero religioso (tipo bianco o nero, per intenderci) tenterò lo stesso. In un post su facebook alla domanda perché Steve Jobs non potesse essere italiano, rispondevo affermando che Steve Jobs è la quintessenza dell'America: cercherò di spiegare questo concetto. Prenderò spunto dal **discorso di Stanford**. Il famoso discorso è un tipico esempio di "**geremiade puritana americana**", il primo genere letterario sviluppatosi nel Nuovo Mondo di lingua inglese. La geremiade nella società puritana era sì un lamento contro le corruzioni del mondo, ma divenne soprattutto un veicolo di continuità sociale. *"... serviva a celebrare le dure prove di un popolo unito da un patto di alleanza"* (Sacvan Bercovitch, *America Puritana*, Editori Riuniti, 1992:16). *"Le afflizioni di Dio erano come 'il fuoco che affina', volte a purificare e a rafforzare, oppure erano come la punizione inflitta da un padre amorevole, il segno della sua particolare attenzione."* (Giuseppe Nori in Sacvan Bercovitch, *America Puritana*, Editori Riuniti, 1992:XV) Il fatto che Jobs scelga la geremiade puritana come stile di discorso non è cosa da poco, il suo impatto tocca corde profondamente emotive del suo pubblico. Ai commentatori italiani è sfuggito questo particolare, ma il richiamo religioso profondo, quello radicato sui banchi della chiesa fin da bambini e ribadito in ogni manifestazione artistica americana, in particolare nell'industria cinematografica e televisiva, è di un impatto fortissimo.

L'impeto religioso di Jobs è radicato e si radica nel più profondo solco della tradizione religiosa americana, quella dei **puritani del New England** (con qualche spruzzata di anabattismo e buddismo californiano, come vedremo). Il genere letterario scelto per la sua prolusione pone Jobs nel pantheon dei padri fondatori, non quelli della Costituzione e del Bill of Right, ma in quelli più antichi del Mayflower, quelli che volevano costruire nel Nuovo Mondo la "Nuova Sion", la nuova Terra Promessa frutto di un Patto con Dio. Il richiamo a queste profonde radici, all'inconscio collettivo del suo pubblico, che questi testi li studia fin dalle elementari, non era certo scelto a caso: **la terra promessa era lì in California, a Silicon Valley e la Apple la Nuova Sion di cui lui, Jobs, era il nuovo Abramo.**

Il discorso di Stanford si dipana in tre punti, ormai famosissimi e anche questa scelta non è casuale, ma ricercatissima e raffinata. Infatti Jobs sceglie un sottogenere della "geremiade" classica dell'America puritana, la *captive narrative*, ovvero il racconto del

puritano catturato dai selvaggi. Il genere si dipana in tre parti, nella prima parte il protagonista è alla ricerca di qualcosa, ma è incerto, insicuro, non ha chiaro ancora il volere di Dio, il suo disegno nei suoi confronti, il compito da svolgere, *errand*, che in genere implica un viaggio, uno spostamento nello spazio (analogo all'errare degli ebrei nel deserto dopo la fuga dall'Egitto), ma questo viaggio è anche interpretato come un pellegrinaggio e un progresso. Nel primo punto del suo discorso Jobs sottolinea proprio questo: il viaggio fisico dalla madre biologica alla famiglia adottiva, ovvero da San Francisco a Mountain View (un nome profetico Mountain View, deve il nome alla vista delle Santa Cruz Mountains paragonabili al mosaico Monte Sinai) nella Silicon Valley e poi al Reed College di Portland, Oregon, (Reed significa canna ed analogo al cesto di canne in cui fu trovato Mosé) e qui in altro viaggio/pellegrinaggio/progresso nella scelta di abbandonare il curriculum ufficiale: *"potei anche smettere di seguire i corsi che non mi interessavano e cominciai invece a capitare nelle classi che trovavo più interessanti."* Il percorso arriva fino al settimanale viaggio presso il tempio degli Hare Krishna per un buon pasto. Il riferimento agli Hare Krishna non è un simpatico spunto personale, ma un altro segno dell'*errand* puritano. Nel 1974 Jobs infatti ritorna in California, frequenta con Steve Wozniak lo Homebrew Computer Club e sempre con Wozniak trova un posto come tecnico all'Atari per mettere su i soldi per un viaggio in India. Steve Jobs va in India nel 1974 con Daniel Kottke, il primo impiegato della Apple e suo collega al Reed College. Jobs frequenta l'ashram di Neen Karoli Baba, un sadhu devoto del dio Hanuman e seguace del **Bhakti Yoga** (una pratica spirituale che favorisce una dedizione d'amore, bhakti, verso una personale forma di Dio, che nella cultura occidentale può sconfinare nel teismo) i cui insegnamenti erano seguiti da molti americani tra gli anni Sessanta e Settanta (un suo ashram si trova a Taos, New Mexico), il cui più famoso discepolo Ram Dass, emigrato poi in USA, fonda la *Seva Foundation* di Berkeley. **In seguito a questa esperienza Jobs diventa buddista.** In questo periodo egli fa anche uso di sostanze psicotrope, LSD in primis, un fatto contrario al buddismo classico, ma assolutamente in linea col buddismo new age californiano e negli ashram per occidentali. Anche questo viaggio nell'inconscio e nell'allucinazione fa parte dell'errare, della ricerca del disegno di Dio che si manifesta. E' un buddismo alla Hermann Hesse, il cui libro, *Siddharta*, era un must per la **beat generation**, e che guarda caso è anch'esso scandito su tre parti: la ricerca, la caduta nella tentazione, la redenzione. Jobs stesso afferma che *"[quella con l'LSD fu] una delle due o tre cose più importanti fatte nella vita,"* e che chi non avesse condiviso questa esperienza di controcultura non avrebbe mai potuto relazionarsi appieno col suo modo di pensare. Famosa è anche la battuta sarcastica che Jobs disse a Gates: *"A Gates auguro ogni bene, davvero. Penso solo che lui e la Microsoft soffrano un po' di ristrettezza di vedute. Sarebbe stato più aperto se solo da ragazzo avesse provato una volta l'LSD o fosse andato a meditare in India."* Questo *errand*, questa ricerca, questo progresso, non contrasta affatto con la tradizione puritana della ricerca del disegno di Dio, anzi come afferma lo stesso Jobs nel suo discorso, solo alla fine del lungo peregrinare il disegno di Dio è manifesto. *"Ma è diventato molto, molto chiaro dieci anni dopo, quando ho potuto guardare all'indietro. Di nuovo, non è possibile unire i puntini guardando avanti; potete solo unirli guardandovi all'indietro"*. Anche la lunga digressione sulla calligrafia rientra nella tradizione protestante: fu la stampa a caratteri mobili di Gutemberg che permise lo sviluppo del protestantesimo tra i cui

caposaldi sta il rapporto diretto con Dio, la lettura non mediata da un casta di sacerdoti delle Sacre Scritture (e infatti il primo libro di Gutemberg fu la Bibbia). Il rapporto diretto con Dio è una pietra miliare sia del puritanesimo che dell'anabattismo e si ritrova pari pari nelle sette pentecostali protestanti e, possiamo aggiungere, non è in contraddizione con gli insegnamenti del Bhakti Yoga. "Fu meraviglioso, in un modo che la scienza non è in grado di offrire, perché era artistico, bello, storico e io ne fui assolutamente affascinato." La parola **storico** è di fondamentale importanza come pure il sentimento estatico che scaturisce della frase, un'estasi simile ai disegni sciamanici degli iniziati del peyote o alla perfezione della scrittura indu, che con un unico tratto, OM, calligrafico segno tracciato sulle foglie di pipal recita colla brezza del vento il suono della creazione. E la fine della prima parte è anche un inno alla "**self-reliance**" la "fiducia in se stessi", un inno che chiude tutte e tre le parti e poi il discorso. La "self-reliance" è un "concetto più ampio e problematico che sintetizza i vari aspetti (radicali e pseudoradicali) dell'individualismo americano di metà Ottocento: 'avversione' alla 'conformità' e alla 'coerenza', 'sicurezza in se stessi', spirito 'autosufficiente', 'spontaneità' come 'istinto' o 'intuizione', funzione pragmatica dell'io, essere come 'transizione' e 'divenire', divenire come sviluppo delle possibilità individuali originarie e originali," (Giuseppe Nori in Sacvan Bercovitch, *America Puritana*, Editori Riuniti, 1992:XVII). E Steven Jobs è perfettamente in linea col Self-Reliance di Ralph Waldo Emerson quando afferma; "*Così, dovete aver fiducia che in qualche modo, nel futuro, i puntini si potranno unire. Dovete credere in qualcosa – il vostro ombelico, il destino, la vita, il karma, qualsiasi cosa. Questo tipo di approccio non mi ha mai lasciato a piedi e invece ha sempre fatto la differenza nella mia vita.*"

## **iAmerica parte II**

La seconda parte sull'amore e sulla perdita ricalca fedelmente lo schema della geremiade e della *captivity narrative*: è il momento della caduta, della prova della fede di fronte alle minacce e alle tentazioni di un modo di vivere alieno. In questo caso il mondo alieno non è quello della wilderness, ma è quello del mercato "fordista", del modo di produzione alla IBM. "... avevamo assunto qualcuno che ritenevo avesse molto talento e capacità per guidare l'azienda insieme a me, e per il primo anno le cose sono andate molto bene. Ma poi le nostre visioni del futuro hanno cominciato a divergere e alla fine abbiamo avuto uno scontro. Quando questo successe, il Board dei direttori si schierò dalla sua parte..." Il licenziamento è la prova che viene posta di fronte alla sua self-reliance così come Dio poneva di fronte al colono puritano la prigionia tra gli indiani. Presso i puritani la prova è analoga a quelle di Abramo, di Giobbe e a quelle di Geremia, solo la fede, l'amore in Dio ti può redimere. Non solo, la prova di quell'uno è anche un avvertimento di Dio in relazione alle anime di tutti i puritani e perciò la sola speranza di redenzione è Dio e il rinnovo del patto con la creazione della Nuova Sion. Nel caso del discorso di Stanford la "prova" è la conformità che ottunde la tua self-reliance, la tua intuizione, il tuo istinto e solo l'amore può redimerti, farti ottenere la *redemption* e insieme alla self-reliance la salvezza, ma anche, nella visione buddista, la buddhità. Ancora una volta il discorso di Stanford sottolinea la difficoltà nell'intravedere il Disegno, ma ancora una volta Jobs sottolinea che l'avversità permette la transizione Emersoniana, il divenire come

sviluppo delle possibilità individuali originarie e originali e perciò di conquistare la redemption. *"Ero stato respinto, ma ero sempre innamorato. E per questo decisi di ricominciare da capo. Non me ne accorsi allora, ma il fatto di essere stato licenziato da Apple era stata la miglior cosa che mi potesse succedere. La pesantezza del successo era stata rimpiazzata dalla leggerezza di essere di nuovo un debuttante, senza più certezze su niente. Mi liberò dagli impedimenti consentendomi di entrare in uno dei periodi più creativi della mia vita. [...] Qualche volta la vita ti colpisce come un mattone in testa. Non perdetevi la fede, però."*

La fede e la sua manifestazione come **self-reliance**, come *ego* direbbero alcuni, si manifesta soprattutto in quella "i" che precede tutti i prodotti dopo il suo rientro, "i" che in inglese significa "Io", ma dove il gusto della perfezione calligrafica permette di scorgere anche altre suggestioni. La "i" (rigorosamente senza grazie) è in realtà formata da una **I** che significa io in inglese e da un puntino . che non è un vezzo, tipo la "i" la scrivo in minuscolo invece che in maiuscolo, come sarebbe graficamente corretto, perché mi è più simpatica, ma rappresenta il "**bindu**", il punto metafisico da cui prese vita l'universo secondo la tradizione induista e buddista. Con quella "i" Steve Jobs indica in se stesso il nuovo fondatore della città di Sion, il rinnovatore del patto (Covenant), il punto da cui partirà un Nuovo Mondo, un nuovo Universo. Lui è il capo e il fondatore della Nuova Chiesa e non a caso è l'inventore dell'articolazione dello spazio lavorativo (la Pixar ne fu il primo esempio) come un *open space* convergente su un punto centrale il suo ego "i". Questa esperienza si esternalizza nei negozi Apple che lui stesso disegna, organizzati come delle chiese: il banco con il prodotto al centro, punto focale, altare della nuova religione e le finestre ogivali come quelle di una cattedrale. In Italia non è facile vedere questa "purezza ideologica" di forme perché molti negozi sono in vecchi edifici, ma in America o in Cina (soprattutto) la struttura "ecclesiale" è evidente.

Come nella tradizione protestante Dio ti mette alla prova, anche nel Buddhismo, Gautama deve vincere l'ultima tentazione di Maya per raggiungere il Nirvana e la Buddhità. Ma la prova del singolo è anche un modo per controllare la fede dell'intera comunità, perciò il dio Apple (ovvero il CEO di Apple Steve Jobs) deve controllare tutti i suoi fedeli. In questo quando Jobs affermava *"Molte volte la gente non sa quel che vuole finché non glielo fai vedere"* o che il primo dovere della Apple non era di assecondare i clienti, ma convincerli che non potevano avere nulla di meglio (con buona pace degli amanti della Mela il rapporto era ed è da setta pentecostale o new age), egli era perfettamente in linea col capitalismo classico americano quello di Henri Ford secondo cui ognuno poteva avere una Ford Modello T del colore che preferiva purché questo fosse il nero. Ma in una religione il controllo o è totale o non è, il dubbio, come abbiamo visto appartiene alla prima parte dell'Odissea del credente, poi c'è la fede e l'amore e qui viene la dolente nota del controllo del software e dei contenuti che ogni apparecchietto con la "i" consente da parte della Apple: il fatto che da Cupertino possano modificare, conoscere i singoli movimenti del possessore/fruitori e imporre qualsiasi contenuto o ottenere qualsiasi informazione del cliente/adepto. Il Dio Apple mi sa tanto da "1984" e "Minority Report".

Secondo il puritanesimo una delle manifestazioni della benevolenza di Dio è la **ricchezza materiale** (cfr. Max Weber, L'etica protestante e lo spirito del

capitalismo). A differenza del Cattolicesimo in cui il denaro è "la caccia del demonio" e dove il denaro e il lavoro sono una maledizione di Dio dopo il peccato originale, per i calvinisti e i puritani lavoro e denaro sono una benedizione e una dimostrazione del favore divino. Il discorso di Stanford è esemplare in questo, non solo il credente viene messo alla prova, ma quando è rigettato nella "misera", si riscatta sempre attraverso un duro lavoro ed è premiato da una profusione di denaro (la Apple è l'azienda più quotata in borsa, e con la sua liquidità potrebbe appianare il debito greco con un clic!). Dal discorso di Stanford il denaro non sembra importante, un colpo di genio visto la scarsa stima nei "banchieri", ma in realtà non ce ne è bisogno, il messaggio è abbi fede e i soldi arriveranno, lavora dandoci l'anima e i soldi arriveranno come segno della grazia divina (quasi, quasi Jobs è un veneto onorario!). E infatti non solo Jobs era attento al denaro (con investimenti immobiliari a New York e anche il famoso stipendio da 1 dollaro era una buona trovata sia pubblicitaria che fiscale, dato che le tasse sui capitali azionari sono bassissime e sono ancora scese grazie a G. W. Bush, mentre le tasse sul reddito da lavoro sono molto più alte), ma come anche il suo discorso di Stanford dimostra era a favore di un precariato spinto e non vedeva di buon occhio la sicurezza sociale. Alcuni suoi dipendenti affermarono, in interviste rigorosamente anonime, che il terrore a Cupertino era di trovarsi in ascensore con Jobs, infatti quando le porte si aprivano non sapevi se avevi ancora il tuo lavoro. Ma notoriamente trovarsi disoccupati era un modo per metterti alla prova. Il buddismo di Jobs invece può giustificare la scarsa propensione di Apple e Jobs per le opere di carità, un atteggiamento che è valso alla Apple il nomignolo di Grinch o di Ebenezer Scrooge (quello del Racconto di Natale di Dickens). In questo egli (e la Apple) si distinguevano dal classico filantropismo pietistico protestante che ha sempre caratterizzato il grande capitale americano da J. D Rockefeller a H. Morgan. Se però consideriamo che nell'induismo il benefattore che ti salva la vita diventa responsabile come un genitore del salvato, il concetto è chiaro, e il discorso di Stanford è chiarissimo, chi non supera la prova (chi necessita di carità non ha il favore di Dio), deve essere spazzato via, il vecchio deve fare posto al nuovo: "Il vostro tempo è limitato, per cui non lo sprecate vivendo la vita di qualcun altro. Non fatevi intrappolare dai dogmi, che vuol dire vivere seguendo i risultati del pensiero di altre persone." I perdenti non vanno aiutati, aiutandoli impedirete loro di proseguire nella loro "errand" e di giungere alla self-reliance. L'unica "opera di carità" in cui Steve Jobs si applicò fu di far cambiare la legge sulle donazioni di fegato della California.

### **iAmerica parte III**

La terza parte del famoso discorso di Jobs a Stanford parla della morte e questa è la parte in cui Jobs si distacca dal solco del puritanesimo per farci assaporare anche il contributo del buddismo al suo pensiero. La terza parte parla del Dharma, la legge naturale delle cose per cui "la morte è la destinazione che tutti condividiamo. Nessuno gli è mai sfuggito. E è così che deve essere, perché la Morte è molto probabilmente la migliore invenzione [irrevocabilmente] individuale della Vita. E' l'agente di cambiamento della Vita" (*death is the destination we all share. No one has ever escaped it. And that is as it should be, because Death is very likely the single best invention of Life. It is Life's change agent.*) E' interessante come la traduzione

popolare metta "la più grande invenzione" impedendo al lettore italiano di cogliere la profondità metafisica della frase di Jobs. Egli infatti nello stesso passaggio insiste sia sul lato comunitario/condiviso (share) della Morte che nella sua assoluta unicità/univocità (single). Tutti devono morire, ma ciascuno incontra la propria morte come afferma un proverbio afgano. La parola "single" implica tutto questo in quanto *single* significa solitario, indiviso, unico, separato dagli altri, individuale e distinto, fatto per un singolo individuo, ma anche "uno" come numero, cifra, monade. La Morte riporta al *Dharma* ovvero agli obblighi, al dovere e alla vocazione personali. Per l'Induismo la legge del Dharma (che in India è strettamente legata al sistema delle caste e alla divisione tra i generi) scaturisce dal divino ordine naturale delle cose e impone che la giustizia, l'armonia sociale e l'umana felicità (ah, quel diritto alla felicità evocato dalla Costituzione americana) scaturiscano dal fatto che gli esseri umani capiscano e vivano in modo confacente alle necessità di questo ordine. Per il buddhismo, invece, il Dharma (uno dei Tre Gioielli) sono gli insegnamenti e il modo di vita indicati dal Buddha. Chi vive in accordo al Dharma procede più velocemente verso la *dharma yukam* o *nirvana*. Nel discorso di Stanford la vita di Jobs diventa una parabola buddista – oltre ad essere stata una geremiade puritana – una parte del dharma, ovvero dell'insegnamento necessario per raggiungere l'illuminazione. Egli infatti afferma : " Perché quasi ogni cosa – tutte le aspettative esterne, tutto l'orgoglio, tutti i timori di imbarazzo o fallimento – tutte queste cose semplicemente svaniscono di fronte alla morte, lasciando solo quello che c'è di veramente importante. Ricordarsi che stai per morire è il modo migliore che io conosca per evitare di cadere nella trappola di pensare che si ha qualcosa da perdere. Siete già nudi." (*Because almost everything — all external expectations, all pride, all fear of embarrassment or failure – these things just fall away in the face of death, leaving only what is truly important. Remembering that you are going to die is the best way I know to avoid the trap of thinking you have something to lose. You are already naked.*)

Ora con questa dichiarazione anche la vita di Jobs diventa appunto esemplare: egli aveva abbandonato gli agi terreni e cercato la via (l'abbandono dell'Università e il viaggio in India), le vicissitudini (la seconda parte del discorso quella sull'amore e la perdita) gli fanno conseguire lo stato di *arahant* che può sì raggiungere il nirvana, ma che può ancora essere soggetto alla delusione e dunque non ancora del tutto liberato, ora la notizia della malattia e dell'imminente morte gli fa conseguire lo stato di *bodhisattva* che non solo raggiunge il nirvana ma anche la liberazione dalle illusioni. Qui siamo oltre il puritanesimo che al termine dell'*errand* trovava la *redemption*, benedetta da Dio col successo terreno, con il dono divino della Fede e l'importanza dell'esperienza religiosa personale, segno della predestinazione ad essere tra i salvati, gli eletti in quanto nel discorso di Jobs non c'è resurrezione, né d'altra parte c'è il concetto di reincarnazione, anzi sembra quasi Jobs indichi se stesso come *bodhisattva*.

La narrativa della scoperta della malattia è lunga e dettagliata, Jobs vuol far ben capire la fisicità della cosa (gli affetti, la famiglia le cose che ama e che deve abbandonare), il suo pubblico deve capire cosa significa diventare uno Steve Jobs, e in questa parte il discorso di Jobs diventa meravigliosamente umano, in questa parte dove anche il pubblico deve spogliarsi della ammirazione/emulazione/invidia e provare pietà, nuda pietà per il nuda essenza di Steve Jobs. Ma qualche spunto di questo c'era

già nelle parti precedenti ad esempio quando Jobs parla del fallimento e della vergogna quando fu licenziato dalla Apple. "Io mi incontrai con David Packard e Bob Noyce e cercai di scusarmi per aver fottuto tutto così malamente. Io ero un evidente pubblico fallimento e pensai addirittura di scappare via dalla valle." (*"I met with David Packard and Bob Noyce and tried to apologize for screwing up so badly. I was a very public failure, and I even thought about running away from the valley."*) Ora spieghiamo chi erano questi due signori. Packard, il cofondatore della Hewlett Packard, HP, Segretario alla Difesa degli Stati Uniti dal 1969 al 1971 sotto Nixon, aveva cominciato anche lui in un garage nel 1939 con un investimento di \$ 538 e il suo primo prodotto fu un oscillatore per i Walt Disney Studios che fu usato nel sonoro di Fantasia. Come Segretario alla Difesa, il principale contributo di Packard fu di introdurre i principi del business nelle forze armate e in particolare scrisse un memorandum sull'impiego di risorse militari in caso di disordini civili (*"Employment of Military Resources in the Event of Civil Disturbances"*) che prendeva in considerazione le eccezioni al *1878 Comitatus Posse Act*, una legge varata dopo il grande sciopero delle ferrovie del 1877 che limitava l'uso delle truppe per imporre la legge all'interno degli USA eccetto nei casi in cui era autorizzato dalla Costituzione o dal Congresso. Queste eccezioni di fatto ristabilivano la possibilità di instaurare la corte marziale negli Stati Uniti, una cosa proibita dal 1878. Mr. Robert Noyce, chiamato anche il "sindaco della Silicon Valley", fu il cofondatore della Fairchild Semiconductors (1957) e della Intel (1968) ed è considerato con Jack Kilby l'inventore del circuito integrato o microchip. Figlio di un pastore protestante della chiesa congregazionalista, egli fu tra quelli che introdussero il *follow-your-bliss* (segui la tua gioia spirituale) e il *roll-up-your-sleeves* (rimboccati le maniche), stile di management nelle sue fabbriche e nella Silicon Valley. Il suo credo era di "essere sicuro di preparare la prossima generazione per una fioritura di un'era di alta tecnologia. E questo significa l'educazione di quelli più in basso e più poveri come pure quella a livello universitario." (*"make sure we are preparing our next generation to flourish in a high-tech age. And that means education of the lowest and the poorest, as well as at the graduate school level."* fonte: < [http://en.wikipedia.org/wiki/Robert\\_Noyce](http://en.wikipedia.org/wiki/Robert_Noyce)>) e, guarda caso, nel 1974 fu il primo vicepresidente per le risorse umane per la Apple Inc.

Neppure tanto straordinariamente il discorso di Jobs è una serie di puntini da unire che lui dispensa generosamente per chi voglia capire la genialità dell'uomo Jobs e dell'imprenditore Jobs. Infatti dal testo è evidente che i due erano i suoi sponsor sia come finanziatori – come sottolineato dalla frase "ero stato un fallimento pubblico" – sia dal punto di vista dell'ideologia e dell'etica protestante (entrambi tra l'altro sono stati famosi benefattori) e questo è interessante anche nella scelta della parola **valley** (tradotta in genere con Silicon Valley), ma Jobs non dice Silicon Valley, nè Valley con la "V" maiuscola (dal video si vede che Jobs legge il discorso, non improvvisa a braccio, lui sta pronunciando una geremiade perché la sua è una vita esemplare – e lo è davvero non ci sono dubbi, lo affermo sinceramente.) Non c'è svarione, (è un calligrafo provetto, ricordiamocelo), la scelta è voluta: la valle è la "valle delle ombre della morte" (*"Yea, though I walk through the valley of the shadow of death, I will fear no evil: for thou art with me; thy rod and thy staff they comfort me."* = Sì, benché io cammini nella valle delle ombre della morte, io non temerò alcun male, perché tu sei con me; il tuo bastone e la tua verga mi conforteranno.) Il

dramma è reale, egli, la NeXT (in nomen omen) generation di imprenditori ha fallito, non è stato degno della grazia ovvero della chiamata/investitura da parte della precedente generazione: "Io sentii che avevo deluso la precedente generazione di imprenditori – che avevo lasciato cadere il testimone quando stava per essermi passato" ("*I felt that I had let the previous generation of entrepreneurs down – that I had dropped the baton as it was being passed to me.*") Considerando quanto detto da Noyce circa la next generation e il rapporto miltoniano tra caduta e morte è evidente. Ma torniamo alla terza parte del discorso, la malattia. Una tragedia dentro la tragedia del fatto in sé (il cancro che in realtà Jobs, purtroppo, non aveva sconfitto) è che la fantasia popolare costruisca sopra la disgrazia una leggenda nera, una teoria del complotto che è dura a morire.

L'America è il paese dove la Teoria del Complotto assume forme quasi ineguagliate altrove (tranne forse l'Italia). La "Teoria del Complotto" e la susseguente "Caccia alle Streghe" compaiono fin dagli albori della storia americana e straordinariamente si esplicitano sia nelle colonie spagnole del New Mexico e della California (dove, regolarmente, per circa 200 anni, dall'entrata di Coronado nel 1540 alla metà del 1700, i governatori civili venivano accusati di eresia, blasfemia e di complotto con i nativi da parte dei frati francescani e gesuiti e, affidati alla Santa Inquisizione, marcivano in galera per anni) che in quelle protestanti del New England, un esempio tra tutti la "caccia alle Streghe di Salem".

Nella visione puritana ogni evento storico (e, nel caso del singolo, ogni evento privato) è visto come parte del grande COMLOTTO del demonio per insidiare il patto (*covenant*) del popolo eletto (i puritani) con Dio. "La *errand* dei nostri padri in questa estremità della terra adempì la promessa fatta in passato al nostro beato Gesù, che avrebbe ricevuto le parti estreme della terra in possesso." (Cotton Mather, *The Wonders of the Invisible, Being an account of the Trials of Several Witches Lately Executed in New England*, London 1693:12). Così ogni evento, dalla Antinomian Controversy di Anne Hutchinson del 1630-37, (nel lessico puritano "divisione" e "dissenso" hanno una ineluttabile affinità con "declino"), alla Guerra di Re Filippo (Metacomet's War) del 1675-76, era solo un espediente del demonio per lo "sconvolgimento di un popolo sotto il sole" (Mather, *ibid.*)

Dal concetto religioso di complotto demoniaco a quello più laico di complotto politico, di oscure trame e congiure e alla dietrologia, che è un corollario della teoria del complotto, il passo è breve (e noi italiani siamo degli esperti in questo). Uno dei vantaggi politici di ogni teoria del complotto è che non ha bisogno di spiegazioni logiche (nella sua nuda essenza resta un atto di fede); non solo, quando più le spiegazioni sono elaborate e confuse e le giustificazioni complesse, tanto più la teoria del complotto ne esce rafforzata. La teoria del complotto è così radicata nelle radici puritane d'America che è diventata un genere letterario e soprattutto cinematografico: i film sul complotto (di fatto è sempre il grande complotto del male contro il bene) sbancano il botteghino di Hollywood. Non è un caso perciò che Steve Jobs, di fronte alla malattia sia estremamente esplicito. Chiunque abbia avuto la disgrazia di avere una persona colpita dal tumore al pancreas (come è successo a me) sa perfettamente che al paziente spettano circa 3 mesi di vita e 3 mesi terribili. Dunque Jobs DEVE giustificare il suo essere ancora vivo un anno dopo la diagnosi, ovvero nel 2005

quando tiene il discorso. Così la descrizione minuziosa della sua biopsia serve a chiarire che non ha "barato", non si è venduto l'anima. Questa dichiarazione di "onestà", ovvero la sua credibilità, rende la sua testimonianza, la sua geremiade puritana o la sua parabola buddista, vera ed esemplare. La verità, la credibilità del testimone è un pilastro fondamentale nella società americana come sa chiunque abbia visto un *courtroom movie*. Nei *courtroom movies* (i film che si svolgono in un'aula di tribunale, che trattano di un processo) un punto cardine della trama è il momento in cui la difesa o l'accusa distruggono la credibilità del testimone principale dell'altra parte. Questo vale nella finzione e nella realtà: il processo DSK lo dimostra, ma anche quello Clinton/Lewinski. Ora questa è una cosa impensabile in Italia, abituati come siamo, a pentiti di tutti i generi e a testimoni orrendissimi su cui nessuno questiona, ma in America la credibilità del testimone, il fatto che dica la verità è fondamentale. La testimonianza pubblica e veritiera è il cardine su cui poggia l'insegnamento esemplare che permette di curare (healing) il singolo e la comunità. Non dimentichiamo che molte chiese riformate richiedono una pubblica confessione dei peccati sia da parte della congregazione che del singolo, una pratica che è stata poi ampiamente adottata da strutture come gli alcolisti anonimi e da molte pratiche di psicologia e psicoanalisi. Dunque per sancire l'esemplarità della sua vita e del suo apologo, Jobs deve fare pubblica confessione. All'epoca del discorso di Stanford, Jobs non lo poteva sapere anzi, egli si augurava di non dover più fronteggiare la morte per decenni ("*This was the closest I've been to facing death, and I hope it's the closest I get for a few more decades.*"), ma la malattia non era stata sconfitta e presto risorsero le teorie del complotto. Non è facile smentire le teorie del complotto, ma ci proverò.

L'accusa era che Jobs, grazie al suo potere e al suo denaro, avesse avuto un trattamento di favore nell'ottenere il trapianto di fegato del 2009, o peggio, avesse ottenuto la salute grazie a pratiche immorali. In realtà Jobs poté fare il trapianto di fegato grazie al fatto che le sue risorse economiche gli permettevano di entrare nel processo cosiddetto "multiple-listing", ovvero di essere su molte liste di malati in attesa di trapianto in differenti ospedali degli USA, una pratica che è negata da molte compagnie assicurative per gli alti costi che comporta. Poiché gli ospedali danno la precedenza ai malati sulla propria lista, prima di rivolgersi alla lista nazionale, l'essere su molte liste garantisce più alte probabilità di trapianto. Proprio questo "vantaggio" spinse Jobs a far pressioni presso il governatore della California Schwarzenegger perché modificasse la legge sui trapianti di fegato nel suo stato. La proposta di Jobs era che all'atto di rinnovo della patente il guidatore doveva dichiarare se era disposto a fare il donatore di organi e che venisse fatta una lista dei donatori viventi di rene. Jobs stesso partecipò all'annuncio del progetto di legge alla cerimonia al Lucile Packard Children's Hospital at Stanford.

(<http://www.macnn.com/articles/10/04/20/executive.uses.influence.to.increase.donors/>) . Considerando la storia umana di Jobs non è un caso che la sua "opera caritatevole" si sviluppasse nello creare opportunità eguali per tutti e non nel donare denaro o risorse a strutture la cui gestione è spesso opaca e discutibile. Un esempio della gestione caritatevole di grandi capitali potete leggerla qui (<http://www.veneto.antrocom.org/blog/?p=614>) e probabilmente l'esperienza indiana aveva tolto molte delle illusioni sugli aiuti umanitari e le missioni.

Come avevamo notato nella parte seconda, Jobs non parla né di resurrezione né di reincarnazione, ma anzi afferma con brutalità "... un giorno, non troppo distante da oggi, voi gradualmente diventerete vecchi e sarete rimossi. Mi dispiace di essere così drammatico, ma è assolutamente vero. [...] E ancora più importante, abbiate il coraggio di seguire il vostro cuore e la vostra intuizione. In qualche modo essi sanno cosa volete diventare veramente. Ogni altra cosa è secondaria." ("*... someday not too long from now, you will gradually become the old and be cleared away. Sorry to be so dramatic, but it is quite true. [...] And most important, have the courage to follow your heart and intuition. They somehow already know what you truly want to become. Everything else is secondary.*"). Poche righe prima Jobs aveva detto "Siete già nudi", qui il concetto è ripreso e sottolineato: "Tutto il resto è secondario". Si tratta di nuovo della rinuncia a Satana e alle sue tentazioni dei puritani, o a Maya e alle sue illusioni dei buddisti. Non dimentichiamo che Gautama diventa il Buddha quando sconfigge l'ultima tentazione di Maya (il Dio delle Illusioni, il corrispondente del demonio per i buddisti) sfiorando la terra con un piede sotto l'albero di pipal a Bodhgaiya. Se Jobs rappresenta se stesso come bodhisattva allora ha finito il ciclo delle reincarnazioni, ma forse questa dimensione non è stata raggiunta. Il riferimento ai figli, al dover "mettere le proprie cose in ordine" e assicurare il futuro della propria famiglia, al dire "addio" viene sottolineato, e poi quello a "sapere cosa vuoi diventare" è di grande interesse perché ci permettono di analizzare il ruolo della fantascienza nella cultura della West Coast, soprattutto negli anni in cui Jobs era giovane.

La fantascienza è un genere molto importante nella cultura della West Coast e soprattutto nella controcultura della generazione degli anni Sessanta e Settanta. La fantascienza in America è un genere letterario di primaria importanza (una cosa impensabile nell'Italia parruccona e cattolica). La fantascienza è spesso il genere letterario utilizzato da grandi scrittori per esercitare una feroce critica sociale sulle orme dei "Viaggi di Gulliver" di Johnatan Swift (per anni in Italia presentato come un libro per ragazzi!), "Frankenstein" di Mary Shelley, "The War of the World" di H. G. Wells e "La fattoria degli animali" e "1984" di George Orwell. La fantascienza americana conosce uno straordinario fiorire negli anni 1940 - 60, la "Golden Age" della Sci-Fi, anche perché la scoperta della bomba atomica, la guerra fredda e il maccartismo davano lo spunto a una feroce critica sociale che così poteva avere diffusione popolare e che poteva in parte schivare gli strali della caccia alle streghe maccartista (Non dimentichiamo che questo fu anche il periodo degli Hollywood Ten). Per gli anni 1940 basta citare John W. Campbell, Isaac Asimov, Damon Knight, Donald A. Wollheim, Frederik Pohl, James Blish, Judith Merril, E.E. (Doc) Smith, Robert A. Heinlein, Arthur C. Clarke, Olaf Stapledon, A. E. van Vogt and Stanislaw Lem. Negli anni 1950 la "Beat generation" produsse scrittori come William S. Burroughs, e Philip K. Dick che diventa sempre più influente negli anni 1960. Gli anni 1960 - 1970 (quelli del Vietnam per intenderci) diedero scrittori come Frank Herbert, Samuel R. Delany, Roger Zelazny, Harlan Ellison, Larry Niven, Poul Anderson e Ursula K. Le Guin. Un ulteriore esempio dell'importanza della fantascienza nella letteratura e nella società americana lo si può avere se consideriamo la vita di Ron Hubbard, il fondatore di Scientology e di Dianetics, che pubblicò il volume *Dianetics: The Modern Science of Mental Health* proprio su *Astounding Science Fiction*, una rivista di fantascienza edita

da John W. Campbell.

Steve Jobs era una persona di grande cultura, è molto probabile che avesse letto molti se non tutti questi autori, come sicuramente conosceva le opere di Kerouac, Ginsberg, Timothy Leary, Ferlinghetti e probabilmente conosceva o aveva conosciuto alcuni di loro personalmente. I media ci dicono che Steve Jobs fu derubato all'ultimo istante della possibilità di vedere prendere forma la sua più amata e visionaria creatura "iCloud", definita nel sito Apple: "Questa è la nuvola come dovrebbe essere; automatica e senza sforzo. iCloud è integrata senza soluzione di continuità nelle tue apps, cosicché tu puoi accedere ai tuoi contenuti da tutti i tuoi accessori. Ed è gratis col sistema iOS5) (*"This is the cloud the way it should be: automatic and effortless. iCloud is seamlessly integrated into your apps, so you can access your content on all your devices. And it's free with iOS 5."*)

"Il suo *atman* venne proiettato in alto, oltre la cupola, fino alla grande nube magnetica che circonda l'intero pianeta e viene chiamato Ponte degli Dei." (*His atman was projected upward through the opened dome, into the great magnetic cloud that circled the entire planet and was called the Bridge of the Gods.*", Roger Zelazny, Lord of Light, 1967:344) Nel suo racconto "Il Signore della Luce", Roger Zelazny immagina che l'anima (*atman*) disincarnata del protagonista, Sam, sia inviata per punizione nella ionosfera di un exopianeta e che questa nube elettromagnetica sia paragonabile allo stato di nirvana della tradizione induista e buddista. Secondo la tradizione induista e buddista se si recita l'Om ॐ, il suono che diede origine all'universo facendo vibrare il "bindu", la singolarità originaria, con l'intonazione giusta e si entra in armonia con la vibrazione dell'universo, si raggiunge il nirvana. Chissà se Jobs sperava di trovare il suo nirvana nell'iCloud.

## iFool

E veniamo all'ultima parte, quella più famosa e quella più citata: "**Stay hungry. Stay foolish.**" tragicamente tradotta in italiano da tutti con "Siate affamati. Siate folli." Ogni volta che vedo l'italiano mi viene da spararmi e mi chiedo perché nessun anglista ha protestato? oppure, è mai possibile che tutti siano così cialtroni da tradurre sbagliato o di forzare la traduzione in modo da far dire al povero Steve quello che si vuole? Se avesse voluto dire "Siate", Jobs avrebbe detto "Be", non "Stay" parafrasando a modo suo il testo della famosissima immagine di *The Whole Earth Catalog*! Sottigliezze, direte voi, ma a uno come Steve Jobs che in vita telefonava a messa al CEO di Google perché la sfumatura del giallo del logo di Google stonava con i colori dell'iPhone, credo sia dovuta una certa attenzione alla sfumature, alla precisione, alla perfezione, credo che sia un omaggio dovuto a una persona di grande genialità che appunto della perfezione aveva fatto una ragione di vita (e di successo). E' lo stesso Steve Jobs a fare qui un puntino grande come una casa, quando afferma che *The Whole Earth Catalog* era una bibbia della sua generazione (ragazzi, sulla traduzione della Bibbia ci sono stati due secoli di guerre e tuttora all'inizio di ogni Bibbia è chiaramente scritto a che versione si riferisce, per i cattolici se ha l'imprimatur, per i protestanti se è la traduzione di Lutero, la bibbia di Re Giacomo ecc.). *The Whole Earth Catalog* era una rivista fatta con amore e precisione, "molto idealistica, e straboccante con strumenti precisi e grandi idee." (*"The Whole Earth*

*Catalog, which was one of the bibles of my generation. [...]it was idealistic, and overflowing with neat tools and great notions.*”). Dunque anche gli editori del *The Whole Earth Catalog* non erano certo tipi che nell'immagine di chiusura di una rivista cult mettevano le parole a caso. Impensabile!! e ve lo dice una che essendo di quella generazione sa quanto ci si scannava per la sfumatura di una parola da mettere su un volantino o un documento.

“Be” significa “esistere nella realtà, aver vita o realtà, avere o mostrare caratteristiche”, “Stay” significa “continuare ad essere, a rimanere in un luogo o in una condizione, persistere”, “Stay” è sinonimo di “Be” se “Be” significa specificatamente “rimanere indisturbato o rimanere senza interruzioni”. “Stay” spinge i giovani studenti a raggiungere uno stato e rimanervi senza farsi distrarre, il suo è un imperativo a mantenere lo stato di grazia o illuminazione raggiunto e questo stato di illuminazione si raggiunge attraverso la fame di conoscenza (“hungry” porta con sé anche il significato della caccia che attutisce una fame che non si placa mai, del muoversi in cerca di cibo) e attraverso la mancanza di buonsenso (“foolish”). E qui giunge la seconda dolente nota: “foolish” che non significa “folle”, ma che significa invece “che esibisce una mancanza di buon senso o giudizio”, e anche “testardo, irragionevole” e il buon senso cui Jobs si riferisce è il buon senso borghese, quello che Marx avrebbe bollato come “filisteo” (borghese). In tutti e tre i punti della prolusione le scelte di Jobs non sono “folli”, sono “prive di buon senso” da un punto di vista borghese. Con un altro gergo diremmo che Jobs invita a rifiutare il “buonsenso del senso comune”. Non dimentichiamo anche che uno dei più famosi slogan del femminismo degli anni Settanta era “Non abbiamo più buonsenso” e si riferiva al rifiuto delle donne di rimanere nel ruolo coatto di “moglie e madre esemplare”. Il jolly delle carte da gioco è detto “the fool” come lo è anche il tarocco zero “The Fool”. Nella tradizione dei tarocchi “The Fool” rappresenta la potenzialità totale, ma anche colui che va contro le regole della società e che per questo è deriso.

La legacy di Steve Jobs è sintetizzata nel messaggio “Rimanete affamati. Rimanete senza buonsenso.” “Stay hungry. Stay Foolish” che fa da contrappunto al “Don’t settle” alla fine della seconda parte. “Don’t settle” significa “Non accontentatevi”, ma “settle” non significa solo “accordarsi su risultati inferiori alle aspettative”, significa soprattutto “stabilirsi in modo permanente” e infatti il “settler” è il colono. Ora tutta la storia americana è impostata sul “colono”, la colonizzazione e il mito della frontiera. Ci sono pagine e pagine di letteratura e storia sui coloni che si stanziavano sulle coste, poi all’interno, poi lasciano la casa sulla collina, immagine riflessa della città sulla collina, “la Nuova Sion”, il podere appena dissodato per varcare la Vecchia Frontiera degli Appalachi (Daniel Boone è il loro eroe e Davvy Crockett che lascia il Kentucky per il Texas) e poi per lasciare le terre dissodate oltre gli Appalachi per raggiungere il Grande Missouri e da lì il grande balzo, “Go West”, lungo la pista dell’Oregon e della California e poi con la Nuova Frontiera lo Spazio, la Luna e adesso Marte. Una viaggio che può solo finire col successo o la sconfitta “busted by God” (abbattuti dal Signore) era scritto sul telone del carro Conestoga di coloro che non ce l’avevano fatta a raggiungere l’Oregon.

Ora l’invito finale “Stay” sembrerebbe in contraddizione con il “Don’t settle,” della seconda parte, l’antitesi del discorso, ma acquista una luce e una coerenza metafisica se aggiungiamo le altre due parole “Stay hungry. Stay foolish”, ovvero la fame di

conoscenza che non si placa mai completamente, l'invito a rimanere in uno stato di perenne movimento, ricerca e di continua sfida al buon senso piccolo borghese.

Questo è il suo più grande lascito e per onorarlo anche noi non dobbiamo che unire i puntini e così l'uomo Steve Jobs sarà anche più grande di quello, un po' banale che i panegirici necrologici ci hanno consegnato.

#### Documenti su Steve Jobs

Elliot Jay, William L. Simon, *Steve Jobs. L'uomo che ha inventato il futuro* - Hoepli - 2011

Kahney Leander, *Nella testa di Steve Jobs. La gente non sa cosa vuole, lui sì* - Sperling & Kupfer - 2011

Gallo Carmine, *Pensare come Steve Jobs* - Sperling & Kupfer - 2011

Gallo Carmine, *Essere Steve Jobs* - Sperling & Kupfer - 2010

De Ponte Fabio, *La mela bacata. Le contraddizioni del sogno di Steve Jobs* - Editori Riuniti - 2011

Deutschman Alan, *I su e i giù di Steve Jobs. Il fondatore della Apple e della Pixar, l'inventore del Mac e dell'iMac* - Arcana - 2002

Isaacson Walter, *Steve Jobs* - Mondadori - 2011

Mello Federico, *Steve Jobs. Affamati e folli. La filosofia del re della mela* - Aliberti - 2011

Temporelli Massimo, *Il codice delle invenzioni. Da Leonardo da Vinci a Steve Jobs* - Hoepli - 2011

Bevivino, *Steve Jobs. Giù le mani dal guru* - 2009

[Steve Jobs su Wikipedia](#)

[Il discorso di Stanford 2005](#)

[Serie video CNBC](#)

[Steve Jobs documentary](#)