

# Un saggio demolisce Steve Jobs

## «Solo un abile uomo di affari»

di ITALO CARMIGNANI

CHI è Steve Jobs? Un genio, ma non un profeta, nostro signore del marketing, ma non un filosofo, un abilissimo imprenditore, ma non un santo. Chi sono io? La sua prima verità». Stringe gli occhi piccoli e sorridenti, imbraccia il sorriso e muove con leggerezza i suoi cento chili di origini bielorusse, anche quando fa male. Perché Evgeny Morozov, americano della East Coast, trent'anni, blogger, ricercatore universitario e collaboratore dei primi quotidiani d'America, non è cattivo, solo lucido. Come nel suo *Contro Steve Jobs* (Codice edizioni, 6,90 euro), cento pagine di abile rilettura della vita di un uomo pronto a marcare per sempre il suo miliardo e passa di clienti, a portare la sua Apple nel firmamento economi-



Evgeny Morozov  
autore  
del saggio  
*Contro  
Steve Jobs*

co, a farci accarezzare pezzi di plastica e metallo come fosse lampade magiche di un Aladino tecnologico. «Ma anche pronto ingannarci nel farci immaginare oggetti come un frutto di un pensiero immortale, chiavi per un benessere spirituale». Ospite del festival del giornalismo di Perugia, sorride Morozov, cresciuto a pane, storia e internet, per poi scoprire luci e ombre della Rete, profitti e castighi.

**Evgeny Morozov, mica facile rileggere Jobs controcorrente, solo amore per la verità?**

«Il mio obiettivo è dare una chiave di lettura diversa al mito di Jobs. All'indomani della sua morte esponenti dell'intelligenza mondiale lo hanno celebrato come fosse un santone e le sue invenzioni oggetti di culto. Anche l'autorevole *Der Spiegel* lo ha accostato ai grandi della filosofia. In realtà Jobs non è Heidegger, ma solo un abilissimo uomo d'affari riuscito a costruire un'aura aziendale, realizzare dipendenze da oggetti e pure inventarsi consumatori quando si fiaccava il mercato».

**D'accordo, ma è l'inventore del personal computer, della possibilità di avere in tasca**

**quanto negli anni '80 era solo del Governo.**

«Certo, ma questo che c'entra con la filosofia o con la spiritualità. Gli architetti del Bauhaus, i geniali ingegneri del funzionalismo che in Germania fecero grandissima la Braun, con i suoi spremiagrumi e frullatori, non avevano mica i clienti e gli affari in mente. Solo l'idea pura. Qui è tutto finalizzato al business».

**Ma non è lo stesso mercato a controllare la diffusione della Apple?**

«E' questo il punto: il mercato è stato drogato e costretto ad acquistare sogni che poi si possono rivelare illusori. Per buona parte degli ultimi dieci anni la Apple non ha venduto solo prodotti, ma una terapia basata sulla tecnologia. Solo che questa terapia non doveva curare alcunché, la malattia era immaginaria, indotta dal mercato».

**Insomma Jobs, genio dell'affabulazione commerciale?**

«E' quanto spiego nel libro e non è difficile comparare quanto dico con la realtà. Mi preoccupa in questo senso il culto della personalità cresciuto attorno a Jobs che non era Edison e non era Einstein»

**Ma il buddismo, la volontà**

**di calmierare la sua presenza in pubblico?**

«Abilità commerciale. Alla fine il suo lato affaristico è prevalso su quello spirituale, e lui ha finito per accettare la resa a certi compromessi, se voleva che Apple avesse successo».

**Altri pericoli?**

«Temo che l'affermazione delle apps idea forte di Apple

(software in vendita) possa allontanarci da una rete Internet più diversificata, disordinata e umana, che personalmente preferirei alla visione più controllata,

ordinata e consumistica voluta da Apple. Ma lo ammetto: le apps sono il futuro».

**Ovviamente lo smascheramento dei miti contemporanei non finirà con Jobs.**

«No, ci sono altri abilissimi uomini di marketing travestiti da profeta da raccontare. Vi ricorda qualcosa il nome di Mark Zuckerberg?»

*Il blogger Morozov:  
culto della personalità  
preoccupante  
non era Einstein*