

Jobs / Apple. Tre (ap)punti su cultura e informatica

di Domenico Fiormonte

www.infolet.it

1. **Chi era Steve Jobs?** La ragione per la quale noi siamo qui oggi è soprattutto una ragione "mediatica", ovvero tutti i mass media del mondo hanno parlato della morte di Steve Jobs. Ma come sappiamo l'agenda dei media non segue nessuna scala di valori oggettivi, cioè valutabili e verificabili. In genere la storia la scrivono i vincitori e i media ne sono il megafono. In particolare, i media si occupano di tecnologia (e dunque di sé stessi) per ragioni auto-celebrative o quando si tratta un fenomeno di massa, con tutte le problematiche annesse. Dunque Apple è un fenomeno di massa? In parte sì. Diciamo una massa di *élite*, giacché, per es., i venti milioni di iPad venduti nel primo anno di vita riguardano una fascia comunque elitaria della popolazione mondiale, quella alfabetizzata sia linguisticamente sia informaticamente. (Quanti sanno che dieci anni fa la Apple era la maggior azienda americana nel settore dell'istruzione e i suoi clienti erano per il 65% insegnanti?) Ricordiamo che in Italia il 36,5% della popolazione è in possesso della sola licenza elementare (dati 2005). Sono 20 milioni di persone. E questa situazione è statica da circa dieci anni. Ma chi è più pessimista. Il linguista Tullio de Mauro cita vari studi, concludendo che nel 2008 soltanto il 20 per cento della popolazione adulta italiana possiede gli strumenti minimi indispensabili di lettura, scrittura e calcolo necessari per orientarsi in una società contemporanea. Per quanto riguarda l'alfabetizzazione informatica, la situazione è anche peggiore: secondo Eurostat nel 2010 solo il 48% degli italiani ha usato regolarmente Internet, mentre la media dell'Europa a 27 è del 65% (Francia 75%, Spagna 58%, Germania 74%, Danimarca 86%, Estonia 71%, Rep. Ceca 58%). Come potrebbero costoro usare un iPad? Eppure anche mia madre, che ha 81 anni e che non ha mai voluto imparare a usare il telefonino per inviare sms, sapeva chi era questo "giòbbs"...

Detto ciò, e senza per questo voler sminuire l'importanza di Jobs, il 9 agosto 2011 è morto un personaggio che non ha inventato nessun gadget, ma può essere considerato uno dei grandi pionieri e sperimentatori dell'informatica: il gesuita Padre Roberto Busa. La sua importanza per noi umanisti è accentuata dal fatto che Busa nel 1949, in visita alla sede IBM di New York, lanciò l'idea che i calcolatori potessero essere usati per "trattare" il linguaggio. E da lì che nacque l'applicazione dell'informatica all'universo dei *contenuti* della comunicazione umana: le lingue naturali. Ciò avvenne non solo prima di Jobs, ma anche prima che l'informatica esistesse come disciplina (giacché la prima cattedra viene istituita negli anni '60). In conclusione: *dobbiamo essere consapevoli che stiamo analizzando fenomeni di élite*. Questa consapevolezza ci deve spingere non tanto a criticare la tecnologia o i media, ma a creare le condizioni per renderla più accessibile e più "democratica" di quanto desiderino le multinazionali. E per fare questo c'è anche bisogno di voi: formarsi come scienziati della comunicazione preparati, informati e criticamente agguerriti.

2. **Invenzione, innovazione, marketing.** Sono tre parole che riflettono un plesso di relazioni e connessioni fra influenze e relazioni sociali, standard industriali, derive del

marketing. Potremmo riassumere la questione con le parole di Carmine Gallo, biografo di Steve Jobs: "Steve Jobs non ha inventato il personal computer e nemmeno il lettore MP3, ma ha innovato questi dispositivi con l'introduzione del Mac e dell'iPod. Non ha creato gli smartphone e nemmeno i tablet [computer], ma li ha innovati con l'iPhone e l'iPad". Non ha inventato l'animazione al computer e nemmeno è stato il primo a vendere computer direttamente ai consumatori, ma ha innovato queste idee con la Pixar e gli Apple Store." (p. 71). Jobs ovviamente non ha fatto tutto da solo e si è circondato sempre di menti brillanti (una dote sconosciuta nell'Italia di oggi) e dunque, scrive Gallo, "sa quello che non conosce". Non è poco. E tuttavia c'è un'area in cui Jobs ha segnato uno scarto con il mondo precedente: egli ha, in un certo senso, *inventato ed educato* i suoi consumatori. A partire dalla sua visione molto anni Settanta (quella dei nerd della Homebrew Computer Club), ovvero che i computer avrebbero cambiato la società, le relazioni, il lavoro, lo svago, ecc. ha costruito a sua immagine e somiglianza un pubblico di consumatori che aderisse a questa visione. Quanto la forza delle convinzioni (e della persuasione) si mescoli alle "reali" esigenze delle persone è proprio l'obiettivo della scienza del marketing. Perché arriva un punto in cui il pubblico non solo proietta, ma si identifica anche con una certa visione, con una certa "narrazione". *Apple ha dunque contribuito a inventare i suoi clienti*. È questo il senso di slogan come "vendete sogni, non prodotti" o "i nostri clienti vogliono cambiare il mondo" [vd. lo spot del 1984: <http://youtu.be/s2PfoZTI1bA>]

3. La scoperta dell'utente e il ruolo culturale della tecnologia. Ora scenderò un po' più nei particolari, accennando a una delle più interessanti innovazioni di Apple, ovvero l'origine e il ruolo cognitivo e culturale delle interfacce. Teresa Numerico nel suo testo ricostruisce molto bene come all'origine di certe idee fondamentali vi sia la visita di Jobs ai laboratori della Xerox di Palo Alto in California a metà degli anni Settanta. "Le tre cose che vide al PARC erano le interfacce a icone, la programmazione a oggetti e la rete." Queste invenzioni non vennero comprese solo da Jobs, ma egli fu capace di concretizzarle via via in prodotti di largo consumo.

La scoperta dell'utente da parte di Apple/Jobs (e altri, come Olivetti) si intreccia a una serie di fattori e contesti che qui non è possibile ripercorrere, ma ciò che va sottolineato è che con l'introduzione delle metafore visive, le icone, ecc. Apple fa emergere la dimensione delle interfacce culturali. Per es. La cartellina gialla con la linguetta, tipica degli uffici americani, diventa la metafora del "contenuto" dei singoli documenti. Un simbolo che marca fino a oggi l'origine "burocratica" del computer e il suo legame con l'immaginario USA.

Jobs anche qui non inventa nulla, ma si ispira a Olivetti, negli anni '70 leader mondiale del design industriale: "Ken Campbell, a codesigner of the Apple Lisa, was quoted in Kunkel's AppleDesign as saying that Jobs wanted Apple to be what Olivetti was in the 1970s: "an undisputed leader in industrial design"."¹. Da questa intuizione nasce la filosofia degli infodomeistici, inaugurata dal guru dell'ergonomia e della User Experience, Donald Norman, consulente di Apple dal 1995 al 1998.

¹ http://www.technologyreview.com/printer_friendly_article.aspx?id=18621.

Ora, il problema delle interfacce, oltre a essere collegato a una dimensione cognitiva essenziale (facilità d'uso, usability, ecc.) è strettamente connesso anche a una dimensione emozionale. Perché? Perché con l'interfaccia in realtà noi usiamo il corpo. Prima, con l'interfaccia grafica a colori, Apple ci avvicina alla realtà attraverso l'estetica, cioè il primato della visione (se pensiamo al grigiore IBM o pc è evidente il salto di qualità). Poi Jobs intuisce che è attraverso il corpo (oltre che la vista) che passano le emozioni, e dunque adotta la tecnologia touch. Il corpo agisce direttamente sulla macchina, non solo compone o spinge un tasto, ma si muove sinuosamente su una superficie. L'aura messianica di Jobs (che per scherzo una volta si travestì da Gesù per gli auguri di natale in azienda...) deriva anche da questa capacità di aver allargato alla sfera sensoriale del "tocco" la macchina, facendola diventare una componente molto intima della nostra vita quotidiana. Assottigliandosi i confini e i filtri (tastiera alfabetica, mouse) fra noi e la macchina si riattiva quel circuito della trascendenza che è stato, fin dagli albori delle macchine, al centro dell'immaginario collettivo grazie alla letteratura fantascientifica a partire dalla fine del XIX secolo. Come ha sottolineato Teresa Numerico nel suo testo, Jobs, come altri pionieri dell'informatica degli anni '60 e '70, si è appropriato, rielaborandole in modo assai disinvolto, delle idee libertarie e dell'atmosfera rivoluzionaria di quegli anni. Ma questa "rielaborazione" viene da lontano. Ted Nelson, l'umanista di formazione che coniò il termine ipertesto, per delineare il suo modello di gestione non-lineare di testi e documenti² si ispirò alla processualità compositiva dei manoscritti d'autore:

The problems of writing are little understood, even by writers. [...]. Yet to design and evaluate systems for writing, we need to know what the process of writing is. [...] Between the inspirations, then, and during the sitting, the task of writing is one of rearrangement and reprocessing, and the real outline develops slowly. The original crude or fragmentary texts created at the outset generally undergo many revision processes before they are finished. Intellectually they are pondered, juxtaposed, compared, adapted, transposed, and judged; mechanically they are copied, overwritten with revision markings, rearranged and copied again. This cycle may be repeated many times. [...] By examining and mentally noting many different versions, some whole but most fragmentary, the intertwining and organizing of the final written work gradually takes place.³

² Un modello che come affermò lo stesso Tim Berners-Lee è alla base di World Wide Web. Ma anche in questo caso spezzo una lancia (la terza, dopo Busa e Olivetti) per rendere omaggio a un pioniere e visionario italiano che oggi ospitiamo fra noi. Ecco che cosa scrive nel 1965 (in contemporanea a Nelson e ben prima di Berners-Lee!), Roberto Vacca: "Ogni volta che esponiamo le nostre idee, e più ancora quando le scriviamo, tendiamo (o dovremmo tendere) a ordinarle. Attualmente le ordiniamo secondo schemi tipicamente adatti per risultare congeniali per individui ad attenzione monosequenziale: stabiliamo un gerarchia fra gli argomenti, in modo che siano concatenati gli uni con gli altri (una catena, incidentalmente, è già un oggetto tipicamente monosequenziale), se troviamo una considerazione collaterale, che a rigore dovrebbe essere esposta parallelamente a uno degli argomenti trattati, la inseriamo per inciso nel discorso, cioè creiamo una rottura artificiale nella quale incastoniamo qualcosa che, per sua natura, dovrebbe diramarsi dal filo del discorso (anche il filo è monosequenziale) per poi tornare in esso. Se ci rivolgessimo a esseri intelligenti ad attenzione multisequenziale, potremmo ordinare i nostri discorsi non in concatenazioni, ma in ragnelle o in griglie di argomenti simultanei. Forse anche i libri potrebbero assumere aspetti diversi, con pagine doppie (contrassegnate dallo stesso numero) da essere lette simultaneamente." (*L'uomo come una macchina sequenziale*, in *Esempi di avvenire*, Milano, Rizzoli, 1965, p. 97).

³ Ted H. Nelson, "A File Structure for the Complex, the Changing and the Indeterminate", *Association for Computing Machinery: Proceedings of the 20th National Conference*, pp. 84-100. Ed. Lewis Winner, 196.

L'interesse per la genesi del processo artistico in quegli anni era stato risvegliato dall'incontro tra le nuove forme della comunicazione (principalmente la televisione) e l'eredità delle avanguardie letterarie. Scrittori come Edgar Allan Poe, James Joyce o Stéphan Mallarmé avevano messo al centro della loro opera la riflessione sul processo creativo e persino la decantata "interattività" non nasce certo con Internet:

Costruire un ponte tra l'universo tecnologico e quello verbale fu il compito intrapreso da Edgar A. Poe. Per Baudelaire, Rimbaud, Mallarmé e Valéry, Poe riuscì a collegare questi regni e a far girare la discussione critica, dalla semplice soddisfazione di intenditori e di consumatori, attorno al punto di vista dell'artista e produttore. Ma ritengo che Poe non avesse altra scelta. Come americano egli doveva collegare questi due mondi oppure rimanere ancora tagliato fuori dall'universo verbale. E costruì così un ponte tecnologico che congiungesse il mondo poetico. Nello stesso tempo, inventò due nuove forme: la poesia simbolista e il racconto poliziesco, due generi che rendono il lettore "co-creatore" in un grado eminente.⁴

Dunque sul terreno dell'interazione si dipana un lungo filo che unisce la tecnologia all'arte e alla letteratura, esplorato a partire da Marshall McLuhan (e prima ancora da Walter Benjamin⁵) e da moltissimi autori provenienti da campi eterogenei⁶ che non hanno dimenticato come tutte le innovazioni nascano al confine – spesso ai margini – fra più discipline e linguaggi. Credo che Steve Jobs sia stato un interprete "industriale" e di massa di questa rottura delle barriere fra mondi arbitrariamente tenuti separati (la tecnologia da un lato, l'arte e la creatività dall'altro). Soprattutto per noi umanisti e studiosi di comunicazione questo è il suo lascito più prezioso.

<http://www.scribd.com/doc/454074/A-File-Structure-for-the-Complex-The-Changing-And-the-Indeterminate>.

⁴ Marshall McLuhan, "Tennyson e l'epica romantica", in M. McLuhan, *Letteratura e metafore della realtà. III. Il mito e la rappresentazione artistica* (a c. di Silvia D'Offizi), Roma, Armando, p. 78.

⁵ Cfr. Walter Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi, 1966.

⁶ Rimando per approfondimenti a quello che considero lo studio più completo pubblicato in questi anni: Lev Manovich, *Il linguaggio dei nuovi media*, Milano, Olivares, 2002.