IL VISIONARIO DIGITALE

LA SCOMPARSA DI UN MITO

Steve Jobs

Nasce a Green Bay il 24 febbraio 1955

- **1976** Con l'amico Steve Wozniak fonda Apple
- 1977
- 1978
- 1979
- 1980
- 1981
- 1982
- 1983
- 1984
- **1985** Dopo il lancio di Macintosh, lascia Apple e fonda NeXT Computer
- **1986** Compra la Pixar dalla Lucas Film
- 1987
- 1988
- 1989
- 1990
- 1991 Ritorna alla Apple, in crisi, e la rilancia con l'iMac
- 1992
- 1993
- 1994 Grande successo del lettore Mp3 iPod
- 1995
- **1996** **Gli viene diagnosticato un cancro al pancreas**
- 1997
- 1998
- 1999 Secondo Forbes è l'uomo d'affari più potente del mondo
- 2000
- **2001** Con l'iPhone Apple entra nel mercato della telefonia mobile
- 2002
- 2003
- 2004
- **2005** **A giugno è sottoposto a trapianto di fegato**
- **2006**
- 2007 Esce la tavoletta iPad
- **2008**
- **2009** Il 24 agosto si dimette da amministratore delegato.
- **2010** **Muore il 5 ottobre a 56 anni**
- **2011**

ANSA-CENTIMETRI

la vita

Geniale, esigente, idealista Figlio di due studenti, adottato da una coppia modesta, in 56 anni ha cambiato radicalmente la nostra relazione con i prodotti tecnologici

il saluto Il tributo dei vecchi e nuovi «rivali»

MILANO. Steve Jobs ha trasformato il modo di vivere, la tecnologia e i consumi degli ultimi trent'anni. È stato così bravo a vendere le sue «visioni» che è riuscito a far coincidere la parola business con passione. È questa dote è universalmente riconosciuta anche dai suoi rivali storici e più recenti, da Bill Gates a Google e Facebook, che oggi lo ricordano con affetto e dispiacere. La domanda ora è chi sostituirà il carisma di Jobs non solo nella Apple, ma anche nella vita. «Grazie per essere stato un mentore e un amico. Grazie per aver dimostrato che ciò che tu costruisci può cambiare il mondo. Mi mancherai», ha scritto Mark Zuckerberg sulla sua pagina di Facebook. L'inventore del social network più diffuso al mondo potrebbe candidarsi, in qualche modo, a prendere il posto del Re Mida delle tecnologie. Certo, non ha la capacità comunicativa di Jobs, nè ha fornito fino ad ora quei gadget di massa con cui la Apple ha fidelizzato il grande pubblico. Ma se la Mela Morsicata ha rivoluzionato la "personal technology", Zuckerberg sta certamente cambiando il "personal Web".
Anche Google ha ricordato il genio visionario della Apple: nella sua homepage accanto al nome di Steve Jobs c'è la sua data di nascita e di morte e il link rimanda al sito dell'azienda di Cupertino che ha messo una bella foto in bianco e nero del suo fondatore. I fondatori Larry Page e Sergey Brin si sono conosciuti nel '95 frequentando un corso a Stanford, la prestigiosa Università californiana dove Jobs ha pronunciato il famoso discorso «siate affamati, siate folli».
Ma questa è la nouvelle vague. «Steve e io ci siamo conosciuti 30 anni fa e siamo stati colleghi, concorrenti e amici, per la maggior parte della nostra vita. Mi mancherà immensamente», ha commentato Bill Gates, l'amico-rivale patron della Microsoft.

Bill Gates

Mark Zuckerberg

Larry Page

Addio a Steve Jobs, il sognatore che ha domato la tecnologia

DA NEW YORK **ELENA MOLINARI**

«La morte è la migliore invenzione della vita. È l'agente del cambio. Spazza via il vecchio per far spazio al nuovo. Il nostro tempo è limitato. Non sprechiamolo».
Pur essendosi sempre detto un estimatore dell'*otium* latino padre della creatività, Steve Jobs non ha perso un minuto della sua breve esistenza. In 56 anni ha cambiato il modo in cui comunichiamo, raccogliamo informazioni e ci divertiamo non una, ma almeno sei volte. E se ieri i potenti della Terra si sono tolti il cappello di fronte alla morte del geniale, appassionato e irascibile fondatore della Apple, il suo impatto su molteplici generazioni è misurabile già da anni, e con una semplice passeggiata per le vie di New York. Gli iPod nelle orecchie di un ragazzo su due. Gli iPad più comuni in metropolitana dei quotidiani. I personaggi di Toy Story nelle vetrine di ogni giocattolaio. E milioni di dita di ogni età che scivolano ogni secondo sugli schermi di un telefono per aprire una foto o leggere un email.
Ma era in aforismi come «voglio lasciare il mio segno nell'universo» che ieri gli innumerevoli ammiratori di Steve Jobs cercavano la chiave del suo successo – l'elemento che ne ha fatto il grande uomo e il visionario che la storia ricorderà. «Non mi sono mai preoccupato dei numeri – ha detto ad esempio pochi anni fa – Apple si è sempre concentrata sui prodotti, perché i prodotti fanno la differenza. La pubblicità educa la gente, ma non puoi ingannarla. I prodotti parlano da soli».
È stato dunque il suo idealismo la chiave di volta? Quello che negli anni Settanta, a San Francisco, gli ha fatto dire di voler creare una società «piccola, da 10 milioni al massimo», che facesse «grandi cose senza perdere la sua anima»? O è stata la sua ambizione e il talento nell'ottenere sempre quello che voleva, con un misto di fascino e arroganza, a dare vita alla Apple di oggi, che ha reinventato computer, telefoni e intrattenimento senza perdere la sua anima. E che è anche diventata il gigante da 350 miliardi di dollari che contende con la Exxon il primato della più grande azienda americana.
Jobs non era un programmatore né un matematico. Sapeva di software e di hardware, ma non quanto i genii della testiera e del microchip di cui ha sempre saputo circondarsi. Eppure nessuno dubita che il successo della Apple si deve a lui, tanto irrequieto da abbandonare i corsi regolari dell'università dopo sei mesi e tanto critico da essere cacciato dalla società che aveva fondato dopo otto anni. I suoi collaboratori parlano della sua "visione", misto di quell'istinto che gli faceva prevedere i desideri dei consumatori e dell'audacia che a 13 anni gli ha fatto convincere il numero uno della Hewlett Packard a regalargli alcuni microprocessori e poi a dargli un lavoro. È insistono che senza la paura del suo giudizio e senza i traguardi inarrivabili che poneva non avrebbero raggiunto l'eccellenza che fa di Apple l'azienda più imitata al mondo. «Ti do un 4», era un suo comune commento di fronte al loro lavoro, o «il mio dovere è esigere sempre il massimo e dire di sì solo all'eccezionale».
Esigente Jobs lo era soprattutto con se stesso. Nonostante l'idealismo antiaziendale che aveva respirato nella California degli anni '60, Jobs non si è fermato di fronte alla sua prima rivoluzione, il Macintosh, che nel 1984 ha reso "personale" il computer, portandolo nelle case e rendendolo accessibile a tutti. Cacciato dalla sua azienda, ha trasformato un progetto del regista Gorge Lucas negli studi Pixar, quindi è tornato alla Apple, come Ceo, per dare vita all'iPod.
Prodotti difficili da separare dalla persona, e infatti i tributi in onore di Jobs sorti spontaneamente ieri di fronte agli Apple store di Tokyo, New York o San Francisco andavano dall'uomo alle sue invenzioni, senza quasi distinguere fra l'iconico personaggio in lupetto nero e la sua tecnologia, fra l'eleganza del design e la filosofia che lo guidava. Concentrazione e semplicità erano i principi verso i quali il complicato Jobs ha sempre aspirato, «lavorando sodo per semplificare e pulire il mio pensiero». La malattia che lo ha ucciso e che ha combattuto per 7 anni, cancro al pancreas, ha aiutato a definirlo. «Sapere che morirò presto è lo strumento più importante che abbia mai avuto. Perché tutto, le aspettative degli altri, la paura dell'imbarazzo e del fallimento, scompare di fronte alla morte».
Eppure l'uomo che ha portato Internet nelle nostre tasche potrebbe non essere mai nato. Quando la studentessa americana 23enne Joanne Schieble si era accorta di aspettare un bambino da Abdul Fattah Jandali, un immigrato siriano, sapeva che tenerlo sarebbe stato impossibile. Ma anziché abortire illegalmente, Joanne ha avuto il bambino e lo ha dato in adozione a una modesta famiglia armeno-americana, che lo ha allevato con amore. Permettendogli di diventare quello che è diventato.

1984
Arriva il Macintosh

Il 4 gennaio 1984 Apple lancia Macintosh, un computer innovativo sotto ogni punto di vista, dalla forma "a monoblocco" all'inedita gestione grafica dei programmi, attraverso barre e finestre. Il Mac segna una svolta importante per l'informatica che si apre anche ai non addetti ai lavori. Per sottolineare la rottura con ogni pc precedente, l'azienda di Cupertino decide di puntare sulle suggestioni della data di lancio, il 1984, evocato dal celebre romanzo di Orwell e di esaltarle in un spot girato da Ridley Scott, che viene trasmesso durante il programma di massimo ascolto, il Superbowl di football americano.

1976-1977
L'era degli home computer

Il primo computer, l'Apple I, viene assemblato in casa di Jobs. Non ha tastiera, alimentatore né schermo: una macchina quasi amatoriale, ma con un'attenzione alla grafica (per quanto primitiva) che suscita subito l'attenzione degli esperti della Silicon Valley. Un anno dopo è la volta dell'Apple II, un "vero" computer, con grafica a colori e floppy disc. Per produrre i primi 25 esemplari commissionati Jobs e il suo socio Wozniak si autofinanziano con la vendita del pulmino Volkswagen dell'uno e della calcolatrice dell'altro, ricavando in tutto circa 1.300 dollari.

2001
iPod: musica on demand

All'inizio è un semplice riproduttore di musica digitale, dalle forme simili al primo Macintosh, ma tascabile. In realtà si tratta di un oggetto che apre una nuova era per l'industria musicale che scopre i vantaggi della sua dimensione digitale e della distribuzione via internet. L'iPod ha mandato in pensione il "vecchio" Walkman: negli anni alle canzoni si sono aggiunti video e, con l'iPod, anche film, ebook, applicazione e giochi. In dieci anni sono stati venduti quasi 300 milioni di esemplari e oltre 12 miliardi di brani musica.

1983-1991
Da Lisa al primo Mac

Quando Ibm vende i suoi primi Pc da tavolo Jobs lancia il primo "portatile" Apple, al quale dà il nome di sua figlia Lisa. L'idea è rivoluzionaria: dire addio a tastiera e comandi scritti, per lasciare spazio a mouse, menu e puntatore. Il successo non arriva anche perché il prezzo è abbastanza proibitivo (quasi 10mila dollari) ma il numero uno dell'azienda di Cupertino ci ritenta. Così nel 1991 arriva il Powebook, il cui successo farà da battistrada al MacBook, il computer portatile che ha fatto la storia di Apple fino a oggi.

2003
iTunes: il negozio virtuale

Jobs, da visionario, capisce presto le infinite potenzialità della Rete. E dall'intuizione alla pratica il passo è breve: nel 2003 Apple approda su Internet e apre il suo iTunes store. All'inizio il negozio virtuale serve solo per vendere musica digitale per gli iPod, ma poi piano piano arrivano anche i video e le applicazioni per iPhone, iPad e adesso anche per i Mac con l'apertura dell'App store. Oggi in catalogo ci sono 14 milioni di brani musicali e 350 mila applicazioni, di cui 60 mila per iPad.

2007
iPhone, il telefono smart

Dopo i computer, Apple decide di cimentarsi, per la prima volta, nel campo della telefonia. Così nasce l'iPhone, il primo telefono tattile al mondo che ha aperto un nuovo mercato, quello degli smartphone. Niente tastiera ma capacità multimediali e navigazione web: il primo iPhone riesce a vendere circa quattro milioni di pezzi. Ne seguiranno diverse versioni fino all'ultima (il 4S) presentata due giorni prima della sua morte dal suo successore Tim Cook.

2011
iCloud, tutto sulla nuvola

Il primo annuncio lo aveva dato lo stesso Jobs lo scorso giugno. Dal 12 ottobre Apple sposa il cloud computing e sale ufficialmente sulla "nuvola": uno spazio dove sono immagazzinati i dati (canzoni, film, ebook, programmi o documenti). Lo stesso vale per la musica: è sufficiente solo una connessione wireless. La vera novità di iCloud è che in questo modo i file degli utenti vengono sincronizzati istantaneamente su tutti i dispositivi Apple e sono disponibili sempre e da dovunque. E, soprattutto, gratuitamente.

Steve Jobs il giorno della presentazione dell'iPad, la «tavoletta magica» che ha avviato un'ennesima rivoluzione tecnologica, inventando il mercato dei computer senza tastiera e con schermo tattile

2010
iPad, la tavoletta magica

In pochi ci credevano e ha fatto fatica a trovare il suo posto nel mercato, ma poi il successo è arrivato. Con l'iPad Jobs ha inventato e definito una nuova categoria di prodotto e i suoi rivali non hanno avuto altra scelta che imitarlo. Un po' il fratello gigante dell'iPhone , a metà fra un telefono e un pc, la tavoletta magica ha creato un ecosistema di servizi e ha contribuito a dare nuove speranza all'editoria online creando un nuovo sistema di distribuzione dei contenuti video e sancendo definitivamente il successo delle apps che sono rimaste una delle peculiarità dell'eco-sistema Apple.

schede a cura di Claudia La Via

Volli: «L'innovatore elegante»

DI **EDOARDO CASTAGNA**

«Un gigante dell'innovazione. Che ha saputo fondere la tecnologia, l'eleganza e la libertà». Di Steve Jobs Ugo Volli, semiologo docente all'Università di Torino, dove dirige il Centro interdipartimentale di ricerca sulla Comunicazione, tratteggia un ritratto complesso, non facilmente inquadrabile in una sola categoria. Come d'altra parte i suoi prodotti, in un certo senso "emanazione" della sua personalità: «Nel mondo della tecnologia Mac ha sempre rappresentato l'alternativa libera, creativa. Anche se l'iPhone o l'iPad si sono diffusi un po' tra tutti, il computer Mac rimane ancora un simbolo delle classi creative».

In che cosa consiste la specificità dell'innovazione siglata Steve Jobs?

«Nel forte connubio con l'estetica, che ha determinato la direzione stessa della ricerca tecnologica: ha richiesto passi in avanti, è diventata una sorta di ulteriore requisito di sistema. Per esempio nella scelta di costruire computer senza aperture, oppure nel ridurre al minimo il loro spessore, o ancora nell'organizzare gli schermi *touch*».

L'attenzione all'estetica è un elemento caratterizzante e molto evidente di tutto ciò che va sotto il marchio Apple, dai prodotti ai negozi sparsi per il mondo...

«La scelta è stata quella di non limitarsi a fare prodotti efficienti, ma di sviluppare un linguaggio che sottolineasse tale efficienza: il bianco, le trasparenze, lo stesso logo della mela... Jobs ha sviluppato un'estetica nettamente razionalistica e influenzata dal minimalismo; molto contemporanea, ma al tempo stesso neoclassica, in contrapposizione al neobarocco che vediamo altrove. Si tratta di un classicismo estetico, in un certo senso contrapposto a quello semplicemente funzionale interpretato dal grande avversario di Jobs, Bill Gates».

In che modo i prodotti Apple sono andati al di là della semplice utilità, fino a divenire oggetti "di culto"?

«Gli oggetti vengono percepiti dai consumatori come una forma di auto-identificazione e di distinzione, con una forte aspettativa nei confronti della marca e dei suoi prodotti. Si è generato uno di quei fenomeni che chiamiamo "esclusivismo di massa", simboleggiato dal marchio stesso della Apple: quella mela morsicata – oggetto di studi fondamentali come quello di Jean-Marie Floch, che ha messo faccia a faccia i marchi Apple e Ibm – è la mela di Eva, è l'emblema del desiderabile, di ciò che ti induce in tentazione. Non semplici strumenti, quindi, oggetti di culto, di un culto laico della bellezza nuda e autoreferenziale».

In che modo Jobs interpretava questo suo ruolo?

«Era estremamente esigente nei confronti dell'eccellenza. Lui, che era entrato e uscito dalla sua azienda e che negli ultimi hanno è stato segnato da una malattia alla quale ha reagito in ogni modo, era dotato di un'eccezionale inventiva e di capacità di pretendere sempre il massimo. Ed è questo il ritratto di Steve Jobs che rimane nell'immaginario».

Parla il semiologo: «Ha reso una cosa sola eccellenza tecnica e bellezza estetica In un nuovo canone neoclassico»