

Non restate folli

Di Alessandro Della Corte



Sono i vincenti, si sa, che scrivono la storia. Non solo i vincenti sul campo di battaglia: anche nel mondo della ricerca, nell'arte e nel mercato sono quasi sempre i vincenti a raccontare come le cose sono andate e quindi, dal loro punto di vista, come dovrebbero andare.

Il 12 giugno 2005 un vincente per antonomasia, Steve Jobs, pronunciò di fronte ai laureandi di Stanford un discorso che, già subito ampiamente pubblicizzato, dopo la sua morte è stato elevato quasi a testo sacro da giornalisti e specialisti in comunicazione di tutto il mondo. Il tono del discorso era quello di un'esortazione accorata ai giovani studenti: cercate di seguire le vostre passioni e le vostre idee, non lasciatevi ingabbiare da percorsi di vita preconfezionati e, soprattutto, credete in voi stessi. Come tutti i testi sacri, il discorso (che conteneva alcuni spunti molto più originali e interessanti dei precedenti, come la difesa di una cultura ricca e varia più che immediatamente spendibile a scopo produttivo) è stato in realtà letto poco dalla maggioranza dei suoi devoti, che si sono per lo più accontentati della banalizzazione giornalistica e, soprattutto, del motto che Jobs (riprendendolo da quell'accattivante contenitore che era il *Whole Earth Catalog*) scelse come conclusione: restate affamati, restate folli.

Ci sono almeno tre motivi per i quali non dovremmo accettare ingenuamente quel discorso, e in particolare quest'ultimo motto, come guida ideale di vita per tutti i giovani.

Il primo è di natura, per così dire, geografica. Jobs si rivolge a studenti americani, e tutto il suo ragionamento è riferito agli Stati Uniti. Insiste, ad esempio, sul fatto che l'università costa moltissimo e che spesso non fornisce ciò di cui lo studente-cliente ha davvero bisogno. Ma in Italia l'università è pubblica (e costa molto meno) e lo studente non è un cliente. Lo scopo primario dell'università italiana dovrebbe essere quello di formare competenze utili alla collettività, non di aiutare ciascuno studente nella sua personale scalata sociale. Jobs parla a giovani che hanno il problema di farsi spazio in una società (quella americana) in cui non c'è uno stato sociale di stampo europeo, ma ci sono i corsi privati di auto-motivazione su come imparare a sgomitare nella competizione con il prossimo. Le indicazioni che fornisce si adattano perfettamente a quel contesto, ma pensare di distribuirle come perle di saggezza in Italia è molto superficiale. L'idea di Jobs che ognuno debba trovare le risorse per il proprio successo solo dentro di sé appare per lo meno bizzarra in un paese in cui perfino il numero chiuso in facoltà molto

dispendiose per lo Stato (come Medicina) fa ancora discutere animatamente. Non è che la fiducia in sé stessi, da noi, non sia importante (anzi è così banalmente importante che è francamente noioso ricordarlo a ogni piè sospinto); è solo che un approccio del genere, così strettamente individualistico, dovrebbe apparire un po' primitivo a uno studente europeo consapevole e intelligente, appartenente a una tradizione culturale che riflette da millenni sul delicato rapporto tra libertà e bene comune e che non considera quest'ultimo come lo stato di equilibrio dinamico automaticamente risultante dalla corretta competizione tra gli individui.

Il secondo motivo per cui mi sembra fuori luogo l'adorazione universale che il discorso di Jobs ha suscitato è di natura storica. Anche se risale solo a pochi anni fa, il messaggio di Jobs si riferiva a un mondo diverso da quello di oggi, se non oggettivamente almeno soggettivamente, nella percezione della maggioranza delle persone. Nel mondo pre-crisi economica del 2005 il problema principale della politica era considerato dai più quello della giusta ripartizione della ricchezza e delle risorse; di conseguenza, il problema principale dei singoli era quello di lottare per accaparrarsi la fetta più grande possibile di una torta già pronta. Il prototipo dell'uomo di successo, negli Stati Uniti e quindi nel mondo, era per molti ancora quello del *businessman* vincente nel *marketing*, e su questo prototipo si è in buona parte fondato il mito (cui anche il discorso di Jobs soggiace) del giovane che costruisce un impero dal nulla affidandosi solo alle sue idee e alla sua fiducia in sé stesso. La crisi economica iniziata negli USA alla fine del 2006 e quella europea attualmente in corso hanno incrementato notevolmente il numero di coloro che, sfiduciati verso il mondo della speculazione finanziaria, ritengono ormai che il problema sia di natura diversa: che prima di distribuire le fette della torta devono essere procurati gli ingredienti e formati i cuochi, obiettivi di lungo periodo che fanno parte dei compiti degli Stati e non possono essere affrontati da una somma di individualità, per quanto volenterose e determinate. Lo stesso repertorio di metafore di Jobs, estremamente efficace nel suo contesto, sembra fuori luogo qui e ora: rivolgendosi ai giovani europei (poniamo greci, figli di genitori che, quando va bene, stanno vedendo dimezzarsi i loro stipendi) non è un po' grottesco dire *restate affamati?*

Infine, un terzo argomento di natura probabilistica. Il discorso di Jobs è una storia raccontata dal vincente, un'osservazione semplice che non andrebbe mai dimenticata. Nel mondo non possono esserci, evidentemente, centinaia di milioni di storie che finiscono come la sua. È certamente di grandissimo interesse ascoltare le argute riflessioni di un vincente, ma prendere il suo punto di vista come quello giusto per definizione è molto pericoloso, più o meno come chiedere a un giocatore che ha fatto saltare il banco alla *roulette* quali sono state le sue puntate per poi ripeterle con tutti i propri risparmi. Il motivo per cui queste due scelte mi sembrano ugualmente pericolose è lo stesso: il caso. Ogni vincitore è stato baciato dalla fortuna; un vincitore colossale come Jobs, in particolare, oltre a essere naturalmente una persona eccezionale da molti punti di vista, ha necessariamente avuto dalla sorte un grandissimo numero di favori (come peraltro egli stesso ammetteva). E proprio come il giocatore che ha appena sbancato il casinò, che suggerirebbe a chiunque di puntare forte, egli ritiene di dover dare, in assoluta buona fede, il consiglio che nel suo caso è stato vittorioso: credete in voi stessi e restate folli.

You have to trust in something — your gut, destiny, life, karma, whatever. This approach has never let me down, and it has made all the difference in my life.

Oggi si vuole indirizzare lo *stay foolish* a tutti i giovani. Ma è davvero nell'interesse della collettività che tutti i giovani restino folli e cerchino di sfondare con una loro idea personale? Non sarebbe forse più opportuno che il messaggio proveniente dall'élite culturale fosse quello di restare sobri e cercare un ruolo costruttivo nella società attraverso le risorse fornite dalle strutture educative e produttive del proprio paese (magari cercando di lottare per migliorarle), attraverso l'impegno quotidiano nello studio e nel lavoro?

Un centomillesimo dei giovani che restano folli e credono in sé stessi diventeranno i nuovi Steve Jobs. E gli altri? Penso di poter anticipare la risposta che verrebbe loro data dagli attuali devoti del Jobs-pensiero, una risposta tipica degli interpreti ufficiali dei testi sacri: se non si sono salvati, vuol dire che non credevano abbastanza.