

Il maestro di Jobs

Steward Brand gli ha insegnato a essere "affamato e folle"



"Stay hungry, stay foolish", la frase che ha consegnato il fondatore di Apple all'eternità è in realtà una citazione d'autore. Tratta dall'ultimo numero del "The Whole Earth Catalog", un'opera unica e visionaria che rappresenta il "brodo di coltura" in cui a fine anni 60 è nata la rivoluzione hi-tech. Una rivista fatta con forbici e colla, uccisa proprio dall'avvento del pc



di **Riccardo Bagnato**

Lo sapevate che uno dei padri spirituali di Steve Jobs vive dal 1982 su un rimorchiatore ormeggiato a nord di San Francisco? Il suo nome è Stewart Brand. Non vi dirà molto. Oggi sembra un simpatico vecchietto, ma in realtà fu un'icona della controcultura americana degli anni 70. Oltre a passare le sue giornate sul "Mirene" al largo di Sausalito in compagnia della moglie Ryan Phelan (fondatrice e presidente della DNA Direct per le cure genetiche), negli ultimi anni divide il proprio tempo tra la Long Now Foundation, di cui è presidente, impegnato a prevedere cosa succederà nei prossimi 10mila anni, e il Global Business Network, un'agenzia di consulenza californiana per imprese. È inoltre autore di bestseller sui cambiamenti climatici e le energie alternative.

Ma non è per questo che a lui Mr. Apple deve la propria formazione. Oltre quarant'anni fa, infatti, Brand dava vita a una rivista, *The Whole Earth Catalog*. Un vero e proprio catalogo del tutto: libri, segnalazioni, strumenti, testimonianze. «È successo alla fine degli anni 60, prima dei personal computer e del desktop publishing», ricorderà lo stesso Jobs, «quando tutto era fatto con macchine per scrivere, forbici e Polaroid» organizzati su carta con il vecchio metodo del taglia-incolla. Era un appuntamento fisso per i ragazzi della Silicon Valley, per cui il "Catalogo del Mondo Intero" era una bibbia, in cui andare a cercare il proprio santo o santone al grido di "cambiamo il mondo". Lo scopo del *The Whole Earth Catalog* era offrire al lettore ogni tipo di informazione, a partire dall'idea che i singoli individui, visti in contrapposizione alle grandi istituzioni, avrebbero sviluppato una tecnologia e una cultura nuova, positiva e sostenibile.

Ma non è per questo che a lui Mr. Apple deve la propria formazione. Oltre quarant'anni fa, infatti, Brand dava vita a una rivista, *The Whole Earth Catalog*. Un vero e proprio catalogo del tutto: libri, segnalazioni, strumenti, testimonianze. «È successo alla fine degli anni 60, prima dei personal computer e del desktop publishing», ricorderà lo stesso Jobs, «quando tutto era fatto con macchine per scrivere, forbici e Polaroid» organizzati su carta con il vecchio metodo del taglia-incolla. Era un appuntamento fisso per i ragazzi della Silicon Valley, per cui il "Catalogo del Mondo Intero" era una bibbia, in cui andare a cercare il proprio santo o santone al grido di "cambiamo il mondo". Lo scopo del *The Whole Earth Catalog* era offrire al lettore ogni tipo di informazione, a partire dall'idea che i singoli individui, visti in contrapposizione alle grandi istituzioni, avrebbero sviluppato una tecnologia e una cultura nuova, positiva e sostenibile.

La terra è tonda!

La rivista fu un'esperienza unica e unico il suo fondatore. «Era il 1966, avevo 28 anni, e a quel tempo uno dei modi con cui ingannare la noia era fare uso di Lsd. Così, un giorno di febbraio mi sono seduto, avvolto da una coperta ad ammirare lo skyline di San Francisco», racconta Brand. «Ricordo che il mio



silicon-miti

“ Era il 1966, avevo 28 anni, e a quel tempo a San Francisco uno dei modi con cui ingannare la noia era fare uso di Lsd ”



amico Buckminster Fuller aveva appena letto un libro secondo cui tutti percepiamo la Terra come piatta e infinita. E d'un tratto, invece, potevo vedere che così non era, che in realtà, come sapevamo razionalmente, era curva. Ora, lo vedevo!».

Fu allora che gli venne l'idea di lanciare una campagna perché la Nasa e le autorità russe rendessero pubbliche le foto scattate dai satelliti. Distribuì gadget per i campus delle università di mezza America facendo leva sulle paure incontrollate della pubblica opinione. Lo slogan era al tempo stesso chiaro e malizioso: «Perché non abbiamo ancora visto una fotografia del mondo intero?». Il 29 dicembre 1968 fu pubblicata "L'alba della Terra", una foto effettuata dalla navicella Apollo 8, che trovò spazio sulla copertina del secondo numero del *Catalog*.

Del primo numero furono vendute mille copie, al costo di 5 dollari. Un prezzo non proprio "politico" per i tempi. Eppure in 12 mesi le vendite raggiunsero quota 60mila. Tanto che nel 1971 fu creata la Point Foundation per gestire gli incassi e le donazioni.

La rivista «era idealistica e sconvolgente, traboccante di concetti chiari e fantastiche nozioni», dirà Steve Jobs. Ci scrivevano autori poco conosciuti al

E meno male che Steve non ha fatto il filantropo

È un "mestiere" che richiede competenza

di Valerio Melandri

DURANTE UNA DELLE MIE LEZIONI SUL SETTORE NON PROFIT, UNO studente mi chiese di fare il nome di un'impresa profit impegnata nella risoluzione dei problemi sociali alla stregua delle aziende non profit. Risposi, senza dubbi: Apple.

Questa idea mi è venuta in mente dopo aver letto www.danpallotta.com, il blog di Dan Pallotta (nella foto), in cui egli sottolinea come essere filantropo non è solo una questione di soldi, ma è questione di realizzare il "bene comune". Nel suo bel post in morte di Steve Jobs, egli afferma che «i giovani crescono con la strana convinzione che l'unico modo per fare qualcosa di buono nel mondo sia lavorare per un'azienda non profit oppure diventare il prossimo Bill Gates e creare una fondazione privata, o ancora dedicarsi alla "imprenditoria sociale", spesso senza comprenderne il significato.

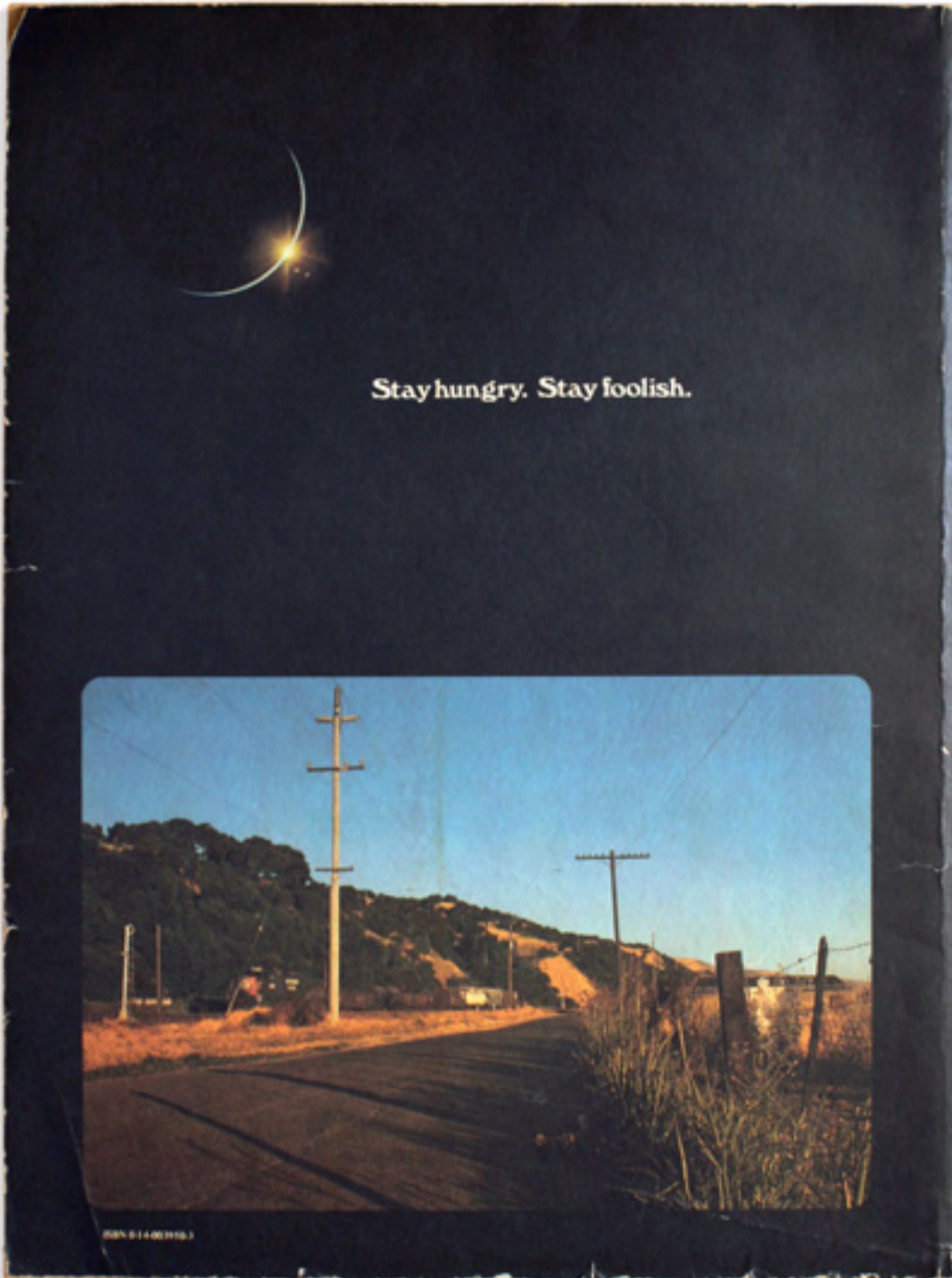
Nell'uso corrente un filantropo è una persona generosa che fa attività di beneficenza. Questa definizione mi fa pensare a Steve Jobs.

Rientrato alla Apple nel 1997, si dice che Jobs interruppe tutti i programmi di beneficenza per tagliare le spese; si sparse la voce che quei programmi non furono mai più ripresi.

Un articolo su Jobs pubblicato nel 2006, dal titolo "Una grande ricchezza non fa di una persona un grande uomo", affermava che, nonostante un patrimonio di 3,3 miliardi di dollari, il nome di Jobs non compariva negli elenchi

dei grandi donatori. Dopo aver mosso l'accusa, l'articolo riconosceva la possibilità di donazioni in forma anonima e proseguiva, in modo pesante, affermando: «È sconcertante che Jobs sia insensibile ad una causa che dovrebbe avere un significato profondo per lui. Infatti si è ammalato di cancro ed è riuscito a vincerlo. Ma diversamente da Lance Armstrong, si è impegnato molto poco nella raccolta fondi...». In un'intervista del 1985, Jobs affermava che bisogna avere

tanto tempo libero per poter fare delle donazioni e che «per imparare a fare bene qualcosa, è necessario sbagliare. Il problema, nel campo del fundraising, è che non esistono sistemi di misura...». Nel 1986 lo fece, ma quella fondazione chiuse i battenti dopo soli 15 mesi. Secondo la persona che egli incaricò di gestire la fondazione, Jobs non aveva il tempo materiale di occuparsene; gli amici di Jobs affermarono invece che la sua decisione era dipesa dalla sua convinzione di fare meglio l'interesse della collettività espandendo la Apple. E io dico: meno male!



La "bibbia"

L'ultima pagina dell'ultimo numero di *The Whole Earth Catalog*, pubblicato nel 1974. Una sorta di "bibbia del tutto" inventata nel 1968 da Stewart Brand, fonte di ispirazione per Steve Jobs.

tempo, ma diventati punti di riferimento negli anni: Kevin Kelly (futuro editor di *Wired*); lo scrittore Ivan Illich; una delle principali autrici viventi di fantascienza, Ursula K. Le Guin; il teorico dell'architettura sostenibile Sim Van der Ryn e molti altri.

Gli argomenti erano divisi in categorie: comprendere i sistemi generali, abitazioni e uso della terra, industria e artigianato, comunicazione, società, cose in movimento, libri. E a sua volta in sottocategorie, per ognuna delle quali - e secondo gli intenti della rivista - veniva presentato ciò che era utile, rilevante per un'educazione indipendente, di alta qualità o a basso costo, e inviabile per posta.

Tra ecologia e "Minority Report"

«Stewart e il suo gruppo pubblicarono vari numeri di *The Whole Earth Catalog*, e quando arrivarono alla fine del loro percorso, diedero alle stampe l'ultima edizione» racconta sempre Jobs nel celebre discorso ai neolaureati di Stanford nel 2005. E concludeva: «Sul retro di copertina di quel numero finale c'era la fotografia di una strada di campagna, il tipo di strada dove potreste trovarvi a fare l'autostop se siete dei tipi abbastanza avventurosi. Sotto la foto c'erano le parole: "Stay Hungry. Stay Foolish", rimanete affamati, restate folli».

Era il settembre 1974 e il catalogo smise le pubblicazioni, non prima, però, di aver vinto nel 1972 il National Book Award con il numero intitolato *The Last Whole Earth Catalog*. Ma il successo e l'atten-

zione che la generazione di Jobs aveva rivolto a quell'esperimento editoriale costrinsero Brand a riproporre una puntata successiva nel 1980: 608 pagine di *Next Whole Earth Catalog*, con 2.700 recensioni.

Intanto, però, il mondo cambiava, i computer stavano diventando prodotti di largo consumo. L'anno dopo l'introduzione del Macintosh, insieme all'amico Larry Brilliant (dal 2006 al 2009 direttore di Google.org), Brand creò una delle prime e più famose comunità virtuali, The Well, ovvero The Whole Earth 'Lectronic Link, dove era possibile scambiarsi informazioni e suggerimenti, una sorta di forum online *ante litteram*. Ma il genio eclettico di questo settantenne, nato a Rockford, in Illinois, nel 1938, non ha smesso di stupire. Negli ultimi anni Brand promuove l'idea di una nuova ecologia, questa volta, però, in netto contrasto con quanto perseguito negli anni 70. Nel suo *Whole Earth Discipline*, un testo pubblicato nel 2009, teorizza e sollecita lo sviluppo urbano, il nucleare, gli ogm e la geoingegnerizzazione per arginare i cambiamenti climatici. Ha fatto parte del gruppo di futurologi che hanno collaborato alla preparazione del film *Minority Report*.

Per chi ha la fortuna di vivere nella Bay Area non è difficile incontrarlo, magari insieme a qualche giovane star del web come Jeff Bezos di Amazon o Sean Parker di Napster. Perché qui, a San Francisco, diverse generazioni si sono date appuntamento nei ristoranti, nei garage, nel campus di Stanford per parlare di quello che succederà domani. O fra mille anni. Inventando e reinventando il futuro, condividendo speranze in un luogo che qualche sociologo *à la page* potrebbe descrivere come il distretto 2.0. Ma che in realtà è molto di più. È la Silicon Valley. E *The Whole Earth Catalog* ne è stata la bibbia. ■

A chi Steve deve dire grazie

Bill Hewlett

Al secolo William Reddington Hewlett, insieme a David Packard ha fondato nel 1939 a Palo Alto il colosso HP. Steve Jobs racconta che un giorno gli telefonò direttamente per chiedergli un ricambio per un frequenzimetro che il giovane Jobs stava costruendo. «E me lo diede. Ma, in aggiunta, mi diede una cosa ancora più importante: un lavoro estivo presso la Hewlett-Packard. Ero in paradiso».

Kobun Chino Otagawa

Il primo incontro fu a metà degli anni 70. Steve Jobs, buddista e vegetariano di fede, cominciò a quel tempo a frequentare Los Altos Zen center, dove conobbe il monaco (e il futuro governatore della California, Jerry Brown). Il 18 marzo 1991, presso l'Ahwahnee Hotel nei dintorni dello Yosemite National Park, fu poi Otagawa a celebrare le nozze tra Steve Jobs e Laurene Powell.

Bob Dylan

Non solo l'elettronica, ma anche la musica è sempre stata una grande passione di Steve Jobs. Fra i suoi idoli i Beatles. Con il gruppo inglese dovette però affrontare una causa per i diritti del nome Apple, lo stesso che avevano scelto i quattro di Liverpool per la propria casa discografica. Ma più di tutti, Jobs amò la musica e soprattutto le parole di Bob Dylan, oggetto di tante discussioni giovanili con l'amico (e cofondatore di Apple), Steve Wozniak.