

domenica 30 ottobre 2005 | Secolo d'Italia

idee & imm

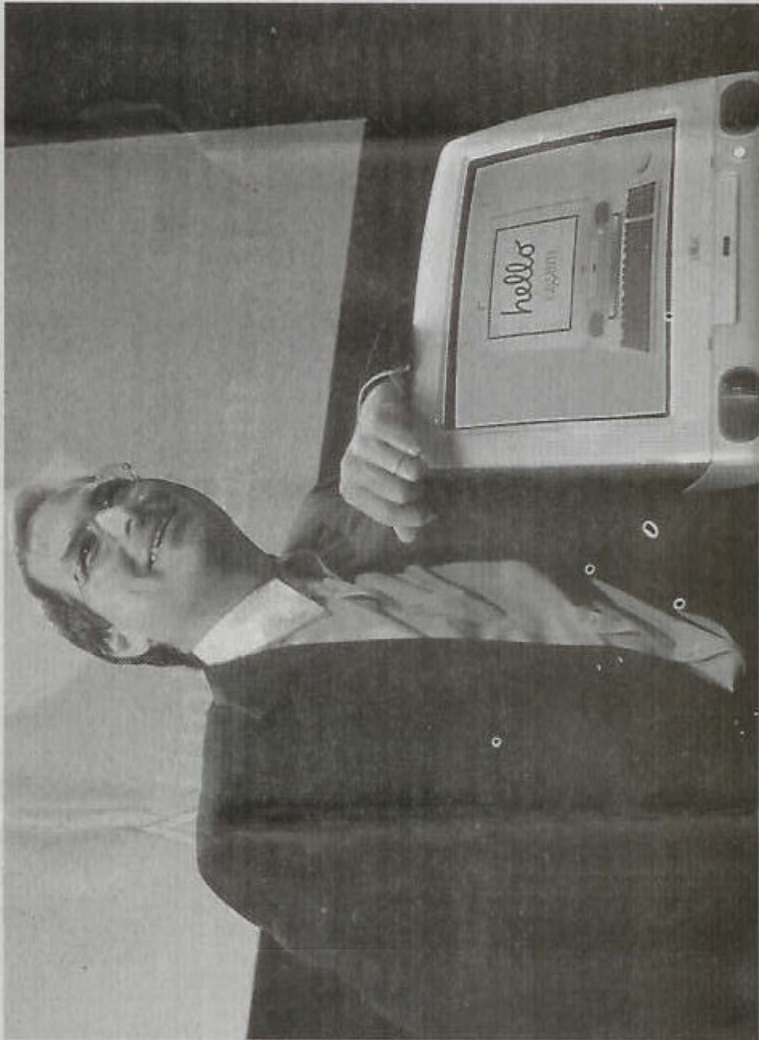
Steve Jobs e altri geni: gli evangelisti del nuovo

FRANCESCO MANNONI

Non ci sarà mai più di un milione di automobili al mondo, perché non è possibile riuscire a trovare più di un milione di artigiani da addestrare per fare gli chauffeur», dicevano gli amministratori delle Mercedes nel 1903. In un altro settore, quello telefonico, una nota interna della Western Union Telegraphs, alla fine dell'Ottocento, così chiudeva le porte in faccia a una strana invenzione, il telefono: «Questo "telefono" ha troppi difetti per essere seriamente considerato un mezzo di comunicazione e non ha nessun valore per noi». Due esempi sui tantissimi che si potrebbero citare sul destino, glorioso o fallimentare, di invenzioni che avrebbero potuto o hanno cambiato la storia del mondo.

È da considerazioni come queste che nasce lo spirito di un libro appena pubblicato e dal titolo evocativo: *Comunicare l'innovazione. Perché il successo del nuovo dipende dalla capacità di spiegarlo*, curato da Andrea Granelli (ed. il Sole 24 ore), pagine 210, euro 24, collana promossa dalla Fondazione Cotec, al quale chiediamo che differenza ci sia tra l'innovazione e l'invenzione.

«Nessuna differenza – spiega – perché la comunicazione dell'innovazione e l'innovazione sono inseparabili. È la diffusione dell'idea, del progetto, del prodotto a fare la differenza tra invenzione – fatto tecnico, pre-stazionale – e innovazione – fatto economico, sociale e soprattutto culturale. È la comu-



Steve Jobs, uno dei "guru" della comunicazione informatica. In basso, un'immagine tratta da "Metropolis" di Fritz Lang

nel trasformare invenzioni da laboratorio in innovazioni di successo che oggi sono diventate di uso quotidiano?

Gli esempi sono infiniti, e tutti legati alla comunicazione che ha accompagnato qualsiasi invenzione: pensiamo agli "evangelisti" come Steve Jobs della Apple Computer. Nei suoi seminari lui e i suoi collaboratori furono straordinariamente efficaci non nel promuovere i loro computer, ma spiegavano con parole semplici ed efficaci le incredibili funzionalità dei neonati personal computer, suggerendo nel contempo che erano alla portata di ognuno. Cosa alla quale altri, in passato, avevano rinunciato, quando si andava a leggere su *Popular Mechanics* che i computer in futuro non dovrebbero pesare più di 1 tonnellata e mezzo». Non sono più sufficienti i "muscoli tecnologici". Serve altro. Occorre spiegare, fare appello agli aspetti simbolici ed emozionali, muovere verso un futuro desiderabile, magari incerto nella sua definizione, ma produrre simboli significa imboccare strade considerate prima irraggiungibili.

Di che cosa è figlia l'innovazione?

Le parole di Ian Pearson, futurologo della British Telecom, sono molto efficaci, quando sostiene che ogni innovazione nasce da un atto di ribellione. Ribellione contro le consuetudini, quindi, contro l'ovvio, contro i limiti

Un libro di Andrea Granelli propone l'analisi della cultura del progresso e dice che la comunicazione gioca un ruolo fondamentale nella comprensione dello sviluppo tecnologico

ti del possibile. Dopertutto, l'innovazione comincia dagli occhi di chi guarda la realtà e pensa di poterla migliorare, anche attraverso clamorosi errori: innovare significa fare meglio quello che si faceva ieri, fare oggi ciò che ieri era impossibile, fare oggi ciò che ieri era impensabile. Pensiamo all'innovazione tecnologica recente: gli sms, i notebook, la tecnologia applicata alle automobili: cose incredibili, impensabili fino a pochi anni fa, talune sino a pochi mesi fa.

Ha parlato di errori: quali sono?

È il principio dell'autentica cultura dell'innovazione, che richiede che si possa e debba sbagliare, quale testimonianza della vera sperimentazione: si tratta di combattere uno degli stereotipi che uccidono l'innova-



vezione, quella del chi non fa non sbaglia. L'errore deve diventare palestra di analisi e riflessione, come sosteneva uno dei tanti geni e innovatori italiani, Michelangelo: «Assai acquista chi perdendo impara».

Oggi la tecnica fa ancora sognare?

Accanto al movimento trionfante che attribuisce alla tecnica una fiducia incondizionata - che spesso scivola nel fideismo - se ne sta formando uno contrario, che incomincia a temere la tecnica. La tecnofobia è sempre esistita; in alcuni casi era di fatto una manifestazione fisiologica legata alla paura della novità; in altri casi era il prodotto di una ideologia che vedeva nella macchina lo strumento capace di controllare e alienare l'uomo. Le immagini di film come

"Metropolis" di Fritz Lang ne sono la sublimazione artistica. Ma oggi la paura tecnologica che inizia a serpeggiare è qualcosa di diverso. Non è più la paura di un nuovo che non si riesce ad afferrare, ma è la certezza che molte promesse fatte dalla tecnica non si sono verificate. Si incomincia a pensare che la tecnica sia "scappata di mano" (e le figure di Frankenstein e del Golem escono dai topi della letteratura per diventare incubi contemporanei).

E quali sono le nuove paure?

Lo tsunami, le alluvioni, l'influenza del pollo, che alcuni anni fa avrebbero reso ridicolo chi ne paventava le minacce, oggi diventano elementi caratteristici del nuovo sce-