

Gladwell, scrittore post-Apple

[Marco Belpoliti](#)

4 Maggio 2012

Malcom Gladwell ha poco meno di cinquant'anni, scrive articoli brillanti e acuti sul "New Yorker". Nelle foto che compaiono nei suoi libri – quattro sin qui – appare come un giovane con i capelli crespi e la pelle leggermente scura; somiglia, seppur vagamente, a Michael Jackson. È figlio di una giamaicana, psicoanalista, e di un inglese, professore di matematica, e rappresenta in tutto e per tutto l'anti-Tom Wolfe, ovvero quello che è diventato il giornalismo americano di punta negli ultimi vent'anni. Gladwell ha un grandissimo talento, quello di insinuarsi nei luoghi comuni e di ribaltarli, o almeno di farli ruotare di novanta, o più, gradi. Da poco è stato tradotto in italiano il suo ultimo libro, *What the Dog Saw* (*Avventure nella mente degli altri*, [Mondadori](#)), una raccolta di suoi pezzi apparsi sul "New Yorker" tra il 2000 e il 2006, piccole e saporite indagini: perché ci sono tanti produttori di maionese mentre il ketchup della Heinz è unico e risulta insuperabile? cosa voleva davvero fare John Rock, il cattolico che ha creato la pillola anticoncezionale? come è stato possibile l'imbroglione della Enron quando anche gli studenti universitari di economia sapevano tutto? come funzionano i colloqui di lavoro?, e altro ancora.

Gladwell possiede una lingua elegante, secca, precisa; si fa leggere e non dice mai cose scontate, anzi. In lui vive il meglio dell'America post-Bush, padre e figlio: intelligenza, duttilità, anti ideologismo, semplicità. È anche uno scrittore post-Apple, dato che, se Steve Jobs apparteneva alla generazione dei figli dei fiori, narrata da quel dandy di destra che è Tom Wolfe, Malcom Gladwell è il fratello maggiore di Mark Zuckerberg. Insomma, è il principale descrittore della rivoluzione mentale che è avvenuta negli ultimi trent'anni, e marcia compatto insieme a lei. Per spiegare cosa scrive Gladwell, e come funziona questo cambiamento avvenuto in America, bisogna tornare al suo primo libro del 2000, *The Tipping Point* ([Rizzoli](#)). In quell'inizio di millennio il giornalista spiegava come un oggetto, un paio di scarpe o un libro, potesse diventare all'improvviso un simbolo di moda, avere uno strabiliante successo. Enunciava tre regole: l'importanza del contagio; i piccoli cambiamenti possono avere grandi effetti; il cambiamento non è mai graduale bensì frutto di un'impennata improvvisa, cui

segue un crollo subitaneo. Nella schematica, ma efficace, sociologia della vita quotidiana che metteva insieme nel saggio, c'erano poi tre protagonisti: gli Innovatori, a volte persone qualsiasi; gli Utilizzatori, che sono sempre degli opinion maker; e la Maggioranza, scettica all'inizio, poi entusiasta. Il libro fu pubblicato contemporaneamente in sei paesi ed ebbe milioni di lettori.

Nel secondo, *Blink* (2005, [Mondadori](#)) il metodo giornalistico di Gladwell si è perfezionato, e pur non ambendo a una teoria generale del cambiamento, offriva una serie di esempi davvero interessanti. Aveva cominciato a narrare. Blink significa battito di ciglia, bagliore, colpo d'occhio, ammiccamento. Come faceva Federico Zeri a colpo sicuro, con una semplice occhiata, a sentenziare che la statua greca comprata dal Paul Getty Museum era falsa? O John Gottman, psicologo di Washington, a capire da un video registrato di quindici minuti di conversazione tra coniugi se la coppia resisterà nei prossimi quindici anni? Gladwell non è interessato come Wolfe al cambiamento, all'anticonformismo, di cui ha dato prima dei ritratti appassionati, come in *The Electric Kool-Aid Acid Test* (1968), per poi passare alla demolizione in *Radical Chic* (1970). Il giovane new-new journalist è attratto dai meccanismi segreti che albergano nelle menti umane e diventano abilità, mestiere, successo economico o politico, ma anche, e qui sta il punto, possono sortire madornali errori. Essendo figlio di un matematico - voleva fare l'avvocato all'inizio della carriera - l'autore di *Blink* ama indagare le statistiche; così scopre che nella popolazione maschile americana gli uomini alti almeno 1,83 metri sono il 14,5 %, ma tra i manager delle aziende censite da *Fortune* la loro percentuale sale al 58%: la maggior parte delle persone associa, senza averne coscienza, la capacità di leadership alla statura fisica imponente.

Il terzo libro, *Outliers (I fuoriclasse. Storia naturale del successo, [Mondadori](#))*, spiega come mai i giocatori di hockey della nazionale canadese siano nati quasi tutti a gennaio e non, invece, a giugno: hanno avuto il vantaggio di cinque mesi sugli altri; sono più allenati e quindi più bravi. È la regola delle "diecimila ore", come titola un capitolo, dove spiega come mai Bill Gates e i Beatles abbiano trionfato su altri bravi, o quasi bravi, come loro: "Non ci si esercita quando si è diventati bravi. Ci si esercita per diventare bravi". La storia merita di essere letta con attenzione, partendo dall'esempio di Bill Joy, il leggendario creatore di programmi informatici, fino ad arrivare a Bill Gates, Steve Jobs e Paul Allen, la generazione nata negli anni Cinquanta che ha ridato all'America il primato tecnologico, ed economico, che sembrava sul punto di perdere.

Gladwell è senza dubbio ossessionato dal successo, alla pari di Tom Wolfe, dai suoi meccanismi segreti, ma mentre il papà del new-journalism era attratto dai “diversi”, gli anticonformisti, il suo più giovane erede è attratto dai “diversi” di successo. Tutto si è rovesciato nell’arco di trent’anni e gli “inventori” americani, pre- e post-Nerd, sono il vero oggetto dell’indagine di Gladwell, che non è così conformista da preferire chi è arrivato a chi ha fallito, ma ci mostra come il confine tra le due cose sia sottile. La nuova *American way of life* di Facebook e Twitter ha trovato il suo cantore migliore, il più bravo e intelligente, leggero e intenso a un tempo. Non lo si può negare: ogni volta che si prende in mano un libro di Malcom Gladwell non si può che finirlo a rotta di collo. Ha ereditato la capacità induttiva della madre psicoanalista e la sottigliezza e l’agilità del padre matematico. E pensare che è nato in Canada e vissuto in un piccolo paese. O forse proprio per questo è così bravo.

Questo articolo è apparso su “La Stampa”

929.jpg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)