



El gran reinventor



OPINIÓN

Enrique Dans

Hay guerras que no podemos ganar. Que Steve Jobs muriese era una circunstancia anticipada. Es muy posible que muchos de los obituarios que leamos hoy en los medios llevarsen, en realidad, precocinados varios meses.

Es difícil escribir sobre Jobs sin exacerbar los tópicos típicos de todo obituario. Los superlativos se suceden con facilidad: genio, visionario, líder inspiracional, gurú... ¿Qué tenía Jobs que le lleva a generar ese efecto de positivismo exacerbado, esa sensación de estar hablando de alguien de méritos casi sobrehumanos? En primer lugar, su historia era "bella y bien contada": emprendedor de éxito que es "expulsado de su creación", ve cómo ésta prácticamente se hunde, para volver posteriormente a ella de mane-

ra triunfal y convertirla en la empresa más valiosa de su industria. Pero la "magia" va un poco más allá: las valoraciones positivas sobre Jobs provienen, en realidad, de la proyección que hacemos de su personalidad y sus creaciones sobre nosotros mismos.

Steve Jobs era, en realidad, el gran reinventor. Sus creaciones no eran inventos en sí mismos, sino reinventos. La pauta común a todas ellas era la de ser ideas reinterpretadas a la luz de una obsesión: el usuario. Usted y yo. Todos. Cuando Jobs lanzó su ordenador al mercado, lo hizo con la idea de reinventar un concepto complejo y poco amigable, y convertirlo en una experiencia agradable, pensada para que cualquier usuario pudiese usarlo con facilidad. Decididamente, la experiencia de usuario era el valor central, la obsesión absoluta, interpretada en una pauta de perfeccionismo recalcitrante, casi de histeria.

El concepto funcionó. Y lo replicó varias veces con éxito arrollador: el iPod es un reproductor MP3 lanzado

cuando había miles en el mercado, pero redefinió el concepto. ¿El iPhone? Marcó las tendencias de evolución y la agenda tecnológica en un segmento al que había llegado prácticamente el último. Limpio, sencillo, potente... y sin instrucciones. El iPad, misma filosofía: reinención de un concepto antiguo, el *tablet*, pero convirtiéndolo en el *gadget* más deseable del escenario tecnológico. Y de nuevo, sin instrucciones.

Adoramos a Jobs por que dedicó su vida a reinventar conceptos y acercarlos a nuestras capacidades, y, al hacerlo, creó una base de usuarios que se sentían fieles, leales, auténticos fanboys. En el fondo, le adoramos porque, además de ser una persona brillante, supo usar esa brillantez para volcarla hacia los demás. Hacia sus clientes. Supo iluminar. En el fondo, como leí ayer en Twitter, Steve Jobs no ha muerto. Se ha ido a probar más de cerca su iCloud.

Profesor de IE
Business School.