

DOPPIOZERO

Michele Dantini. Apple cosmica

[doppiozero](#)

5 Ottobre 2012

La [libreria](#) di [doppiozero](#) continua a crescere, con un [nuovo titolo](#) da scaricare e leggere su tablet o su carta, stampando il pdf.

Oggi vi proponiamo un testo di Michele Dantini, *Apple cosmica. Come le narrazioni fantascientifiche modellano il design e il marketing della Mela*. [Qui il link](#) per scaricarlo.

Lâ??autore ripercorre la storia di Apple e dei suoi prodotti attraverso lâ??indagine dei rapporti esistenti tra design, marketing e cinema di fantascienza. Avvicinata dal punto di vista degli studi culturali e indagata con riferimento alle figure di Jobs, Ive e Esslinger, lâ??azienda di Cupertino corrisponde a (o produce) uno spostamento forse epocale nei territori della creativitÃ . Nel pretendere (spesso con formidabile successo) di modellare *lifestyle* e processi cognitivi, Apple rivela piÃ¹ di ogni altra azienda oggi, se non la nascita dellâ??artista collettivo, certo lâ??adozione di pratiche estetiche e narrazioni mitografiche sin nel cuore di contesti *corporate*.

Saggista e critico dâ??arte, [Michele Dantini](#) Ã¨ professore di storia dellâ??arte contemporanea presso lâ??universitÃ del Piemonte orientale. Ã¨ interessato alle geopolitiche della creativitÃ contemporanea, alle politiche culturali e del digitale. Tra le pubblicazioni piÃ¹ recenti *Geopolitiche dellâ??arte* (Marinotti, Milano 2012); *Humanities e innovazione sociale* (Doppiozero, Milano 2012); *Ytalia subjecta. Narrazioni identitarie e critica dâ??arte* (Electa, Milano 2011); *Horses and other herbivores. Modernist Issues and Disputed Identities in contemporary Italian art 1969-2010*, Bezalel Academy of Art and Design, Jerusalem 2010; *Arte contemporanea, ecologia, sfera pubblica* (Mondadori Electa, Milano 2008).

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

Michele Dantini

Apple cosmica

Come le narrazioni fantascientifiche
modellano il design e il marketing
della Mela

DOPPIOZERO