

DOPPIOZERO

Apple

[Dario Mangano](#)

25 Agosto 2011

La mela iridata: era tutto già lì. Prima che il concetto di filosofia di marca diventasse centrale nel marketing, prima che l'informatica divenisse un mercato di massa, prima del mouse, delle icone e di Internet, fu la mela a segnare la differenza con ciò che c'era stato fino a quel momento: IBM. Come la punta di un iceberg lascia intuire l'enorme massa di ghiaccio che rimane sotto il pelo dell'acqua, così un logo, quando ben disegnato, dice molto di ciò che distingue un produttore dai suoi concorrenti. Al posto delle lettere che indicavano il gigante dell'informatica (1911), il piccolo Davide del 1976 presentava un'immagine, un disegno stilizzato immediatamente riconoscibile da chiunque.



We're looking for the most original use of an Apple since Adam.

What in the name of Adam do people do with Apple Computers?

You tell us.

In a thousand words or less.

If your story is original and intriguing enough, you could win a one-week all-expense paid trip for two to Hawaii. Which is the closest we could come to paradise.

Win fabulous prizes for creative writing.

To enter, drop by your nearest Apple dealer and pick up an entry blank. Fill it out. Then write an article, in 1000 words or less, describing the unusual or interesting use you've found for your Apple.

A jury of independent judges will cast the deciding vote for the grand prize: a week for two, airfare included, in Hawaii.

The judges will also choose 16 additional winners, two each from eight categories:

graphics/music, entertainment, home, business, education, scientific, professional, and industrial. And each winner will choose from a long list of longed-after Apple peripherals—from Apple Disk II's to Graphics Tablets to printers. Or you can take a \$250 credit towards the purchase of any Apple product.

The contest ends March 31, 1980. All winners will be notified by May 15.

Entry forms are available at your participating Apple dealer. Call 800-538-9696, (800-662-9238 in California), for the one nearest you.

Mail the entry blank, your article and any photos to: Apple Computer, "What in the name of Adam" contest, 10260 Bandley Drive, Cupertino, CA 95014.

And may the juiciest application win.



Reader Service Number 8

Niente tratti discontinui e linee azzurre come quelle che delineano le tre lettere dell'International Business Machines, mimando la discontinuità di quei bit che sono la chiave del miracolo informatico. Al contrario, linee continue, sinuose e morbide che delimitano un campo colorato che riporta, invertendole, le tinte dell'arcobaleno. Per non dire delle storie che una mela si porta dietro: da Adamo ed Eva a Biancaneve, passando per Newton (da cui sembra sia sorta l'idea aziendale originaria) sino alla Apple Records (la casa discografica dei Beatles con cui il produttore di computer è rimasto in causa per anni). Apple Computer è stata fin dall'inizio una sfida, oltre che nei confronti del suo concorrente principale, anche verso un modo di intendere l'informatica, andando oltre l'idea allora dominante che i computer fossero macchine dedicate al lavoro e destinate a esperti in grado di parlarne il linguaggio. L'idea dei due fondatori, Steve Jobs (capo carismatico dell'azienda fino alle dimissioni per motivi di salute a fine agosto 2011) e Steve Wozniak, era che il computer fosse già ciò che oggi diamo per scontato sia: un compagno di vita, una protesi che avrebbe consentito non soltanto di eseguire compiti tradizionali con maggiore efficienza (battere a macchina, fare calcoli, ordinare dati), ma anche di cambiare l'identità degli individui, consentendo a ciascuno di affrontare domini nuovi (ritocco fotografico, composizione musicale, disegno artistico e tecnico) e di entrare in contatto con nuove persone e informazioni.

How to send mail at 670,000,000 mph.

There are more people in space than there are on Earth. And Apple has more potential customers than any other personal computer in the world.

Customers can't tell the difference between us and the competition. But it takes more than just one of the best computers in the world. It takes a company that's committed to you personally. So called "customer care".

Which, simply stated, is a quickly accessible computer, a reliable computer, a user-friendly computer.

Put your computer on the phone.

For the six dollars it costs to purchase and install a typical telephone line, you can explore just one of the many features available on Apple's Personal Computer. And the best part is, you can do it yourself.

Or you could send the same letter for about 1/12 the cost using electronic mail.

This new technology enables your Apple Personal Computer to receive and send electronic messages via telephone lines. The same computer which has been using the streets.

So there's no need to look up addresses. All you need is an Apple and a telephone, called a modem, that translates the computer's electronic language into telephone language. Which, in turn, can actually travel messages at about the speed of light, faster than the speed of the A380. And how fast? Well, the fastest.

Or you could buy a computer that can handle graphics and images. Visually express another report or schematic. Or one address. Or just yourself.

24-hour postal service.

Depending on the software you use, your Apple Personal Computer can receive and send electronic mail, faxes, files, or right-reverse phone calls and Internet messages.

Overnight delivery means you can have a copy of the Wall Street Journal delivered to your Macintosh while you're sleeping. And you can receive messages during the night - for less than 5 cents.

Your Apple will also let you down price them out. And keep a running history of up-to-date addresses.

Dialing for data.

Your Apple can also access large amounts of information from a network of over 1,000 authorized Apple dealers.

Then there's the fact that you have Apple's own software. And Apple has more software to support it than any other personal computer manufacturer. Software like AppleTalk, LaserWriter, QuickDraw, and MacroCenter programs.

The most important tool is one out of the marketplace though we can discuss on Apple. One of thousands. So let your imagination run wild. We think you'll get the message.

One book provides Apple users with access to a wealth of services and information.

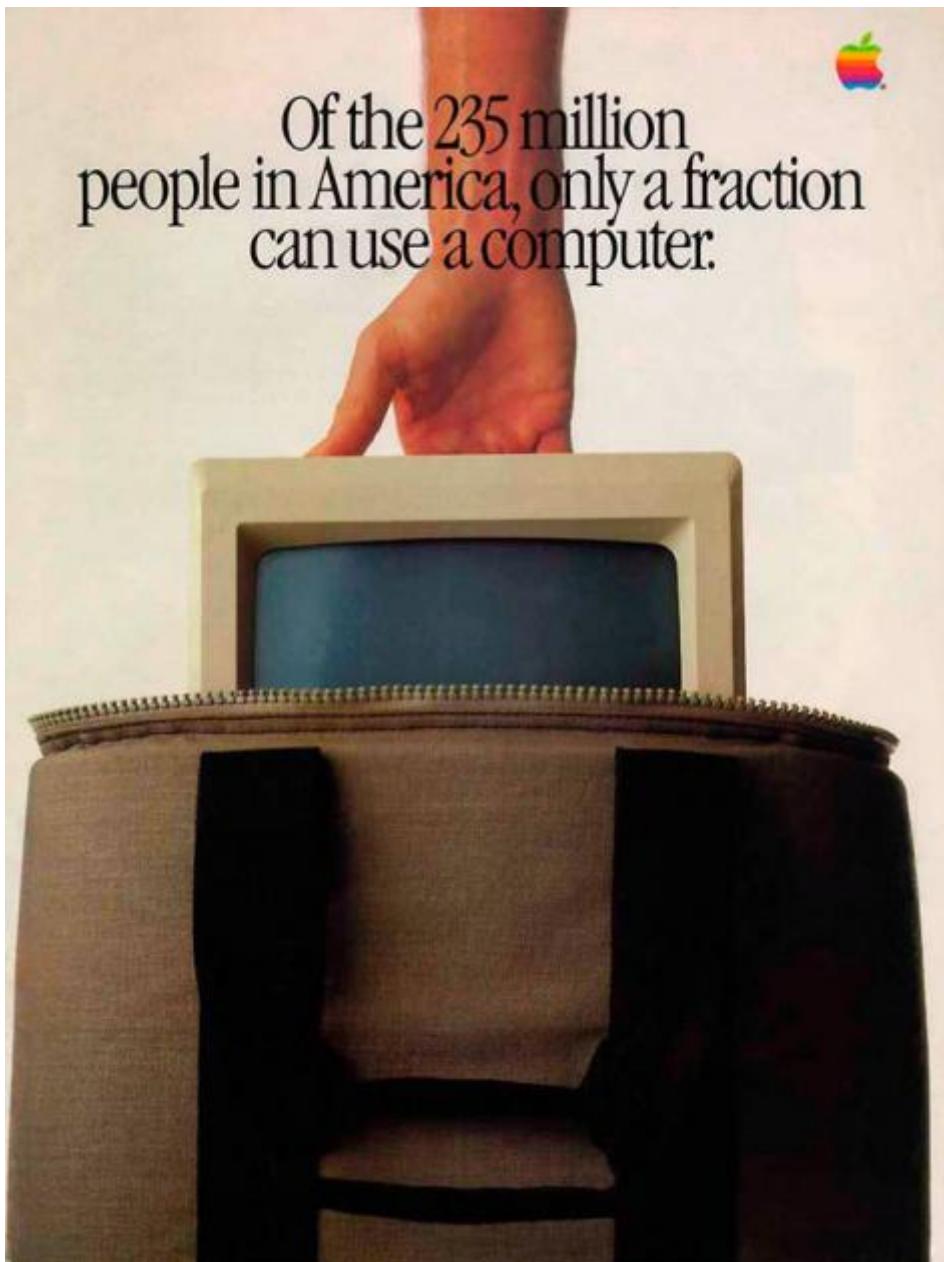
To learn more about Apple, obtain stock quotes, trade financial instruments, visit The New York Times, or get answers to specific problems for detailed answers.

apple
The most personal computer.

Concetti chiave erano l'estensione di funzionalità e la semplicità. Furono essi a guidare il progetto "Macintosh" presentato nel 1984, il primo personal computer ad avere un vero nome al posto di una sigla; ma anche il primo in grado di gestire suoni, immagini, ed essere adoperato per mezzo del mouse, semplicemente attivando delle icone. Non era farina del sacco di Jobs, dal momento che queste tecnologie erano state sviluppate anni prima nel prestigioso laboratorio finanziato da Xerox chiamato PARC. Quello che il carismatico fondatore di Apple aveva saputo fare era stato metterle in forma (prima) e comunicarle (poi). È questa la vera novità di Apple, la sua vera tecnologia, se così possiamo dire: spostare l'attenzione dalle cose al modo in cui comunicano e vengono comunicate, interessandosi più alle relazioni che si costituiscono con loro, e attraverso di loro, piuttosto che alla materialità delle cose. Un esempio? Il mouse stesso. Nato con un solo tasto e ostinatamente rimasto ancorato a questa scelta, anche quando la concorrenza aveva provato ad aggiungerne altri per poter attivare più funzioni. Non c'erano dubbi che, da un punto di vista strettamente funzionale, più tasti fossero un'idea intelligente. Ma il dio dell'efficienza, in Apple, non ha fatto mai tanti proseliti come quello dell'efficacia – la quale, gli antropologi ci insegnano, è prima di tutto simbolica e poi materiale.



Of the 235 million
people in America, only a fraction
can use a computer.



Dal tempo in cui nasceva Macintosh molte cose sono cambiate sia nel mercato informatico sia in Apple. La mela ha perso i suoi colori preferendo un sobrio grigio perché, nel frattempo, anche la concorrenza è cambiata. Stiamo parlando di Microsoft che con il suo Windows (il cui logo, manco a dirlo, è colorato), dopo la diaspora dei PC-compatibili (vedi [IBM PC](#) in questo dossier), è diventata il minimo comune denominatore che tiene insieme la concorrenza. Ma ciò che importa di più è che la società ha gradualmente esteso il suo ambito di interesse dai computer ad altri prodotti quali lettori musicali, telefoni cellulari e ora anche il nuovo mercato dei *tablet computer* inaugurato con iPad. Senza contare l'importante ruolo che con iTunes sta giocando in un ambito straordinariamente vivace come quello del software.



Non più “Apple Computer” infatti, ma già da qualche anno un più generico “Apple Inc.” è la denominazione ufficiale della società. Tuttavia la differenziazione di prodotto, o *brand extension* come piace dire oggi, non segue qui (solamente) la logica del profitto, ma era, se così si può dire, nelle cose fin dal principio. Per rendersene conto basta guardare le pagine del sito Apple in cui si illustra iAd, la nuova tecnologia per veicolare annunci pubblicitari all’interno dei dispositivi della mela. Con iAd, si legge, “avrete accesso al pubblico Apple, l’insieme di consumatori più fedeli, appassionati e leali del mondo”. Ecco quello che Apple stava costruendo, l’obiettivo del suo lavoro ma anche, se vogliamo, il suo punto di partenza: un’identità. Che si realizza nell’unione tra individui e tecnologie. È questo il livello più profondo che tiene insieme i prodotti Apple, quello in cui va cercata la coerenza delle scelte, e dal quale, forse, si parte ogni qualvolta bisogna affrontare una nuova sfida progettuale. Il resto è solo silicio e alluminio.

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



Of the 235 million
people in America, only a fraction
can use a computer.

