

Mezzo secolo di Apple la mela tentatrice che ha cambiato il mondo

Oggi, dopo cinquant'anni, Apple chiuderà. Un po' prima. Alle 3 invece che alle 7 la sede di Cupertino lascerà fuori i visitatori, dentro al parco soltanto i costruttori della leggenda e via alla festa per il mezzo secolo, fino alla mezzanotte del compleanno effettivo. Suonerà un ospite a sorpresa, dicono sarà Paul McCartney, che nel 1976 era già un ometto di 34 anni e andava in tournée con Linda e gli Wings. È giusto però: Apple sta alla tecnologia come i Beatles alla musica. Un mito, una rivoluzione, un garage, una banda di ragazzi, la voglia di provare e riprovare cose nuove senza mai smettere di farne, mettendo tutto il desiderio esprimibile dentro una sinédوحة: una canzone o un contenitore sempre più piccolo e lucente. Che poi quel contenitore si potesse mangiare la canzone, la musica dei Beatles e di chiunque altro, le parole, i suoni, le immagini, i ricordi, le verità, le post-verità, le notizie, le false notizie, gli amori, i tradimenti, la possibilità di un amico, la posizione dei nemici, lo abbiamo capito dopo.

La tecnologia non si limita a servire l'uomo lo guida, lo modella, lo rende dipendente

Cinquant'anni dopo, sospettiamo che, come la prima mela della nostra storia (quella dell'Eden), anche la seconda (quella della California, dove John Steinbeck ambientò La valle dell'Eden) sia avvenuta. Come quella al cianuro addentata da Mister Enigma Alan Turing, ucciso dall'omofobia di Stato. E sarebbe bello non fosse stato smentito l'omaggio del logo: «Non è vero, ma come vorrei che lo fosse!», disse Steve Jobs, precisando che il morso era stato inserito soltanto per chiarire che non si trattava di una ciliegia. Era il 2011, la regina Elisabetta avrebbe dato la grazia postuma a Turing solo due anni più tardi. Apple, non Cherry, è sempre stata attenta a vendere a chiunque e dovunque, senza contrariare niente e nessuno.

Fino a un certo punto era la tecnologia ad adeguarsi al progresso dell'umanità soddisfandone i bi-

Nella sede di Cupertino festa dedicata ai lavoratori per celebrare la società fondata in un garage Da simbolo anticonformista a macchina del desiderio che domina ancora il mercato globale

di GABRIELE ROMAGNOLI



● Coda in un Apple Store per comprare l'ultimo iPhone

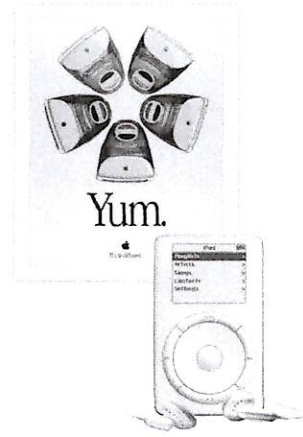
sogni, portandoci più lontano e più velocemente, facendoci vivere più a lungo e in modo più sicuro. Da un certo punto in poi è stata la tecnologia a indicarci percorso e necessità: avere di più in meno spazio. Quel punto è stato la nascita di Apple. Ha ridimensionato il peso, la dimensione, lo schermo del computer dandoci il Mac, lo ha ridotto a tablet, ha inserito la colonna sonora della nostra vita in un iPod, poi ha infilato tutto quanto nell'iPhone, tascabile multitasking, a cui servono due sole cose: energia e memoria. Noi, con ossequio e diligenza, glielo forniamo, attaccandolo alla presa e immettendovi dati, situazioni, visi, contatti. Non abbiamo più bisogno di ricordare: la nostra memoria è la sua.

Il genio o il diavolo, dipende dai punti di osservazione, ha una dote che lo rende vincente: conosce gli

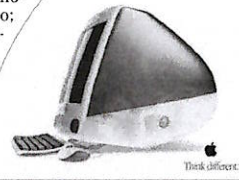
uomini. Il motto fondante di Apple, riproposto dall'amministratore delegato Tim Cook nella lettera d'auguri, ha l'anima da ritornello e la facciata da esergo filosofico: think different. Incrociando Cartesio: aliter cogito ergo sum, esisto in quanto penso diversamente. Questo è vero nella strategia di marketing che ha reso affascinante l'avventura e la produzione di Apple, basate sui pilastri dichiarati dell'anticonformismo, della mogoliana «sensazione di leggera follia», della rivincita dei sognatori in disparte. Dal citatissimo «Stay hungry, stay foolish» di Steve Jobs alla conclusione della lettera di Tim Cook: «A chi non si conforma. A chi si ribella. A chi crea problemi. A chi è un pesce fuor d'acqua. A chi vede le cose in modo diverso. A voi». Ecco un indizio di sincerità: a tutti noi. Chi non vuole essere unico? Per mettere in tutte le ca-

se o tasche quei prodotti ci hanno convinti dell'originalità uniformandoci. Il genio, o il diavolo, non ha pensato diversamente, ha pensato come noi. Sa che in ognuno di noi c'è un bambino alla perenne ricerca del suo giocattolo; che si sceglie la semplificazione, non la complessità e si vota per l'illusione di risolvere i problemi con un tocco, non per vederli esposti in scala 1:1; che siamo soli e cerchiamo modi per esserlo di meno; che vorremmo cambiare molte cose, ma più ancora che in futuro, nel passato.

Ha scritto Milan Kundera: «Tutti dicono sempre di voler creare un futuro migliore, ma non è vero. Il futuro è un vuoto insignificante che non interessa nessuno. È il passato a farci venire la tentazione di cancellarlo o modificarlo. Si combatte per avere l'accesso ai laboratori dove vengono ritoccate le fotografie e riscritte le biografie e la storia stessa». Apple ha creato la chiave per quei laboratori e ne ha fatte miliardi di copie. Il photoshop individuale, moltiplicato, diventa revisione collettiva. La magia si è compiuta: la tecnologia è stata resa personale, in quanto portatile (accanto al cuore o ai genitali), proprio mentre diventava universale. Incurante dei dazi di Trump, delle guerre di Putin e Netanyahu, delle inquietudini dell'umanità intera, Apple ha ancora chiuso il 2026 con il record di vendite dell'iPhone. Non le resta che inventare i suoi prossimi cinquant'anni: anziché esaudendo i nostri desideri, generandoli.



Sorry, no beige.



15 AGOSTO 1998

Arriva nei negozi il primo iMac, che si impone sul mercato per i suoi colori. Apple diventa sinonimo di cura e ricerca estetica. Ne vende 800 mila in soli sei mesi

23 OTTOBRE 2001

Viene lanciato il primo lettore MP3, l'iPod, che può contenere 1.000 brani, un dispositivo destinato a cambiare l'industria della musica. Ne venderanno circa 400 milioni in 15 anni



Logo di Next

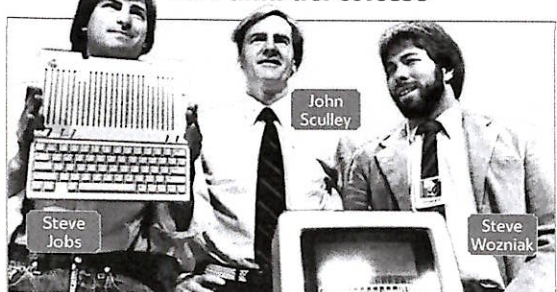
17 SETTEMBRE 1985

Dopo uno scontro con l'allora ceo di Apple, John Sculley, ex presidente Pepsi-Cola, Jobs si dimette dall'azienda che aveva fondato nove anni prima



INFOGRAFICA DI PAULA SIVONETTI

I 50 anni del colosso



1° APRILE 1976

I fondatori di Apple Computer avviano l'attività in un garage di Los Altos, in California. C'è anche un terzo socio, Ronald Wayne, che cede il suo 10% dopo 12 giorni. L'Apple I venderà 200 esemplari

1977

Debutta l'Apple II, il primo computer con il logo della mela disegnato da Rob Janoff: è il primo, vero successo commerciale dell'azienda

