

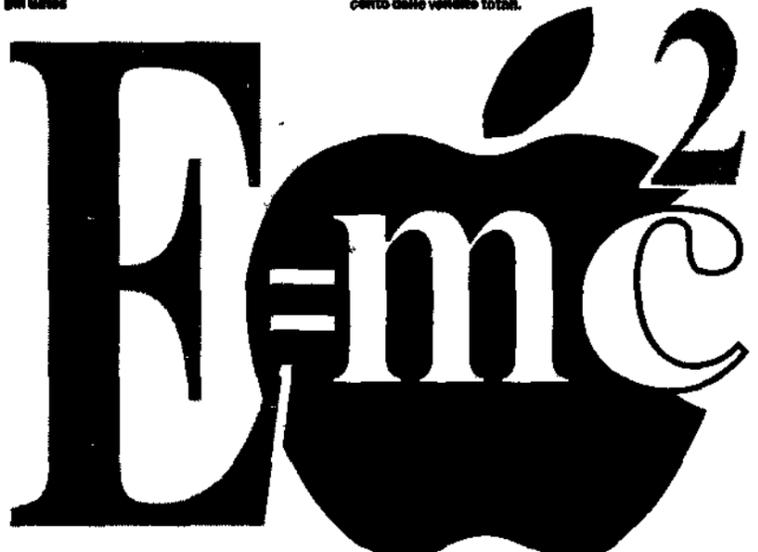
Computer, reti telematiche, un mare di messaggi: il capo della Apple spiega il Duemila



Bill Gates

Le società di soft crescono del 23% E Bill Gates fa un altro record

Il colosso dell'informatica Microsoft continua a condurre con largo margine la classifica dei «top 100» completa come ogni anno della rivista specializzata Software Magazine. Secondo il mensile, che da oltre tredici anni classifica le società di software, il colosso di Bill Gates ha venduto nel 1994 programmi per oltre cinque miliardi di dollari (5.250 miliardi di lire) con un tasso di crescita pari al 23 per cento. Alle piazze d'onore la Computer Associates International, con meno della metà (vendite per 2,45 miliardi di dollari ed una crescita del 19 per cento), e la Novell che ha totalizzato 1,9 miliardi di dollari ed un tasso d'incremento pari al 9 per cento. Chi ha stupito per rendimento è stata la Oracle, quarta in classifica, che con un fatturato pari a 1,74 miliardi di dollari ed una crescita del 40 per cento ha guadagnato terreno rispetto alle tre grandi. La Oracle rappresenta la punta di diamante delle 38 società californiane inserite nel "ranking". Calcolando i risultati di tutte le società della «top 100», il fatturato complessivo ha raggiunto nel '94 i 24 miliardi di dollari, ben il 22 per cento in più rispetto all'anno precedente. Le prime dieci della classifica totalizzano 15,1 miliardi di dollari, oltre il 63 per cento delle vendite totali.



COME SARÀ il decanta to globalizzato interattivo multimediale futuro? Dal momento che non abbiamo la sfera di cristallo non possiamo che limitarci ad indicare prospettive ostacoli ed incertezze. Come accade ogni qual volta assistiamo ad una profonda trasformazione della società tecnologia concorrenza e forze politiche e sociali saranno il motore del cambiamento interagendo tra loro e sulla realtà.

Televisione addio! Il futuro è interattivo

L'impatto principale ha a che vedere con i media in quanto metafora. Se la tecnologia è lo strumento attraverso il quale far circolare le informazioni è il mezzo ad esercitare l'impatto. Ciascun mezzo rende possibili diverse modalità del discorso fornendo orientamenti completi del pensiero dell'espressione e della sensibilità. La parola rimane il primo e indispensabile mezzo. Ci ha reso umani, ci conserva umani e definisce ciò che è umano. Il mezzo della parola è stato amplificato tramite la rivoluzione della telefonia. La parola scritta ha creato la società tipografica dall'invenzione dell'alfabeto da parte dei greci, all'invenzione della stampa ad opera di Gutenberg. La fotografia ha aggiunto l'immagine alla possibilità di esprimere l'esperienza e la musica contri-

buisce ad arricchirla. La televisione è finora il mezzo che ha avuto l'impatto più profondo sulle strutture sociali. Culture e nazioni appaiono incapaci di difendersi dalla sua influenza. Tuttavia la televisione è un evento «discreto» separato rispetto al contenuto al contesto e al tessuto emotivo. La televisione vende tempo in minuti e secondi anche perché utilizza le immagini al posto della parola. È pertanto il primo mezzo vincolato dalla dipendenza dal tempo.

Nel 19° secolo i media erano sotto l'influenza della politica e sovente sotto il diretto controllo del governo. Oggi la situazione è totalmente rovesciata: politica ed economia diventano spettacolo. A causa del potere della televisione la massima preoccupazione dell'uomo politico è diventata l'immagine. La politica si basa sui sondaggi, i mix e cioè sul discorso razionale. Il sondaggista è il re e la classe politica segue il verbo dei sondaggi. In altre parole il marketing ha preso il posto della politica e il principio di realtà è stato sostituito dal principio del piacere.

Mentre dai libri e dagli altri media quali il cinema ci si attende una continuità di contenuti e una coerenza logica, questi principi non valgono per la televisione e nemmeno per i telegiornali. I notiziari televisivi hanno ormai praticamente abbandonato la logica e il ragionamento. La complessità va evitata, le sfumature sono inutili. La stimolazione visiva sostituisce il pensiero.

Sostituendo l'immagine al linguaggio lo spot televisivo fa appello alle emozioni che sono alla base delle decisioni dei consumatori. Ne consegue che le imprese investono in ricerche di mercato piuttosto che in ricerche sui prodotti e lo spot televisivo è diventato il principale veicolo delle idee politiche.

Ma ciò che più conta la televisione ha modificato il modo in cui gli altri media confezionano l'informazione al punto che ormai il intero settore dell'informazione tende ad omologarsi al formato televisivo. Il quotidiano USA Today è un eccellente esempio di questa tendenza.

Talvolta la televisione diventa avanspettacolo con un pubblico ormai abituato all'incerenza e convertito all'indifferenza. La televisione ha finito per assurgere a paradigma della nostra concezione sul modo in cui consumiamo l'informazione. Aldous Huxley anticipò che le democrazie sarebbero finite nell'oblio a passo

legge. Chi aveva ragione? Gli scrivani persero il posto ma furono proprio loro a dare inizio alla vita coltura industriale. Comunque sia non è possibile arrestare il cammino della tecnologia.

Le principali tendenze che connotano il paesaggio tecnologico della nuova era dell'informazione sono profonde: il passaggio dalla tecnologia analogica a quella digitale in tutti i campi della telefonia alla trasmissione dati alle apparecchiature di utilità dell'informazione da parte dell'utente finale, le conseguenze della tecnologia della miniaturizzazione sulla dimensione dei prodotti e la diffusione dei prodotti mobili, la continua traslazione del dispendimento tecnologico.

Le nuove apparecchiature informatiche saranno di ogni genere, comunicatori intelligenti, Pc multimediali, consoli per video giochi, televisori e telefoni intelligenti. Già negli anni 80 alcune persone lungimiranti intuirono che il destino del computer era di diventare un amplificatore interattivo e complementare del pensiero umano e non già di rimanere un mezzo macchina per offrire un'operazione. Queste persone compresero che collegando in rete i sistemi e le apparecchiature informatiche mediante i computeri avremmo creato lo strumento informatico universale in grado di consentire il flusso delle maggior parte delle relazioni umane, sia commerciali che relazionali.

Oggi come ha dimostrato l'esperienza di Internet l'accesso alle reti non è un problema. Le applicazioni informatiche per uso ufficio privato continue e unificata sarà la causa dei diversi usi e dei consumi.

Il mezzo non deve avere il suo pravo sul messaggio. È questa la promessa della società multimediale interattiva. Nel bel mezzo di questo autentico assalto tecnologico dobbiamo rivisitare l'interrogativo sociale su come realizzare la massima diffusione tecnologica evitando le potenziali conseguenze negative sul piano sociale di cui siamo già stati testimoni nel caso della televisione.

La tecnologia è sempre stata il motore del cambiamento economico e sociale. Quando Gutenberg inventò in Europa la stampa a caratteri mobili i pessimisti dissero che avrebbe avuto conseguenze nefaste in quanto gli scrivani avrebbero perso il lavoro. Gli ottimismo dissero che avrebbe avuto effetti straordinari in quanto avrebbe permesso la distribuzione dei libri nelle biblioteche. I politici ragionarono sottolineando che qualunque innovazione deve essere disciplinata da una

legge. Chi aveva ragione? Gli scrivani persero il posto ma furono proprio loro a dare inizio alla vita coltura industriale. Comunque sia non è possibile arrestare il cammino della tecnologia.

Le principali tendenze che connotano il paesaggio tecnologico della nuova era dell'informazione sono profonde: il passaggio dalla tecnologia analogica a quella digitale in tutti i campi della telefonia alla trasmissione dati alle apparecchiature di utilità dell'informazione da parte dell'utente finale, le conseguenze della tecnologia della miniaturizzazione sulla dimensione dei prodotti e la diffusione dei prodotti mobili, la continua traslazione del dispendimento tecnologico.

Le nuove apparecchiature informatiche saranno di ogni genere, comunicatori intelligenti, Pc multimediali, consoli per video giochi, televisori e telefoni intelligenti. Già negli anni 80 alcune persone lungimiranti intuirono che il destino del computer era di diventare un amplificatore interattivo e complementare del pensiero umano e non già di rimanere un mezzo macchina per offrire un'operazione. Queste persone compresero che collegando in rete i sistemi e le apparecchiature informatiche mediante i computeri avremmo creato lo strumento informatico universale in grado di consentire il flusso delle maggior parte delle relazioni umane, sia commerciali che relazionali.

Oggi come ha dimostrato l'esperienza di Internet l'accesso alle reti non è un problema. Le applicazioni informatiche per uso ufficio privato continue e unificata sarà la causa dei diversi usi e dei consumi.

Il mezzo non deve avere il suo pravo sul messaggio. È questa la promessa della società multimediale interattiva. Nel bel mezzo di questo autentico assalto tecnologico dobbiamo rivisitare l'interrogativo sociale su come realizzare la massima diffusione tecnologica evitando le potenziali conseguenze negative sul piano sociale di cui siamo già stati testimoni nel caso della televisione.

La tecnologia è sempre stata il motore del cambiamento economico e sociale. Quando Gutenberg inventò in Europa la stampa a caratteri mobili i pessimisti dissero che avrebbe avuto conseguenze nefaste in quanto gli scrivani avrebbero perso il lavoro. Gli ottimismo dissero che avrebbe avuto effetti straordinari in quanto avrebbe permesso la distribuzione dei libri nelle biblioteche. I politici ragionarono sottolineando che qualunque innovazione deve essere disciplinata da una

legge. Chi aveva ragione? Gli scrivani persero il posto ma furono proprio loro a dare inizio alla vita coltura industriale. Comunque sia non è possibile arrestare il cammino della tecnologia.

Le principali tendenze che connotano il paesaggio tecnologico della nuova era dell'informazione sono profonde: il passaggio dalla tecnologia analogica a quella digitale in tutti i campi della telefonia alla trasmissione dati alle apparecchiature di utilità dell'informazione da parte dell'utente finale, le conseguenze della tecnologia della miniaturizzazione sulla dimensione dei prodotti e la diffusione dei prodotti mobili, la continua traslazione del dispendimento tecnologico.

Le nuove apparecchiature informatiche saranno di ogni genere, comunicatori intelligenti, Pc multimediali, consoli per video giochi, televisori e telefoni intelligenti. Già negli anni 80 alcune persone lungimiranti intuirono che il destino del computer era di diventare un amplificatore interattivo e complementare del pensiero umano e non già di rimanere un mezzo macchina per offrire un'operazione. Queste persone compresero che collegando in rete i sistemi e le apparecchiature informatiche mediante i computeri avremmo creato lo strumento informatico universale in grado di consentire il flusso delle maggior parte delle relazioni umane, sia commerciali che relazionali.

Oggi come ha dimostrato l'esperienza di Internet l'accesso alle reti non è un problema. Le applicazioni informatiche per uso ufficio privato continue e unificata sarà la causa dei diversi usi e dei consumi.

Il mezzo non deve avere il suo pravo sul messaggio. È questa la promessa della società multimediale interattiva. Nel bel mezzo di questo autentico assalto tecnologico dobbiamo rivisitare l'interrogativo sociale su come realizzare la massima diffusione tecnologica evitando le potenziali conseguenze negative sul piano sociale di cui siamo già stati testimoni nel caso della televisione.

La tecnologia è sempre stata il motore del cambiamento economico e sociale. Quando Gutenberg inventò in Europa la stampa a caratteri mobili i pessimisti dissero che avrebbe avuto conseguenze nefaste in quanto gli scrivani avrebbero perso il lavoro. Gli ottimismo dissero che avrebbe avuto effetti straordinari in quanto avrebbe permesso la distribuzione dei libri nelle biblioteche. I politici ragionarono sottolineando che qualunque innovazione deve essere disciplinata da una

ARCHIVI

STEFANO BOCCHETTI

Gli accordi

Un garage e una Volkswagen

Le origini della Apple sono già leggenda. Diciannove anni fa due giovani tecnici Steven P. Jobs e Stephen Wozniak decisero di costituire una cinquantina di computer per il mercato locale. La fabbrica era il garage dello zio di Steven, poco più di uno sgabuzzino a Cupertino, California. Il «capitale» iniziale era rappresentato, invece, da qualche poche migliaia di dollari, ricavate dalla vendita del «Maggiolino» di Jobs.

La mela

Il logo più colorato

Ai due fondatori, l'anno successivo nel '77 si aggiunsero altri due personaggi che in qualche modo già lavoravano nel ramo. Il primo «Mike» Markkula si prese la briga di stendere il primo piano di sviluppo. Il secondo Regis McKenna. A lui si deve il varo del varo del famoso logo della mela coloratissima. Tanto che a detta degli esperti è ancora oggi uno dei marchi «più riconoscibili».

Lisa

Il Personal ad altezza d'uomo

Undici anni fa l'Apple-Macintosh era già un colosso. Ne aveva già fatta di strada da quando le azioni venivano offerte via posta (la comprerà anche Forrest Gump come si vede nel film) eppure l'83 di vent'anni un anno-chiave nella storia dell'informatica per un'altra cosa. La Mac lancia infatti il programma Lisa. Prima di allora, per aprire e lavorare con un computer occorreva digitare una serie di comandi-lettera sulla tastiera. Chi non ricorda il «C» poi «invio» poi la «Dir» di directory ecc ecc? Bene da allora in poi grazie a Lisa nasce l'era dell'interfaccia. Il pc Mac si apre con una scrivania dove ci sono disegnate una serie di icone, di piccoli «oggetti» ai programmi. Il «clic» tenuti ci si avvia «cliccando» (premiendo) col mouse. Per i filosofi della tecnologia Lisa segna il passaggio ad un nuovo rapporto col pc: prima era l'utente a doversi portare ad altezza della macchina da allora avverrà l'inverso.

Il «plus»

Per lavorare ed arredare

Fine anni 80 il Mac diventa quasi uno stile. Il «postscript», un linguaggio che consente di stampare a casa con un risultato molto simile a quello delle tipografie. Lancia, negli States, l'edizione domestica. Fatta di riviste autoprodotte. Insomma il famoso «plus» (quel Mac compatto con lo schermo in bianco e nero) diventa un simbolo. E perché no? anche un oggetto di arredamento.

Il '93

Si ricomincia dal diesel

I primi anni 90 sono stati gli anni più difficili per l'informatica. La risposta Apple? L'arrivo di Michael Spindler (di cui qui accanto pubblichiamo un articolo) capo fino ad allora della Mac tedesca e le sue strategie di mercato. La diversificazione i consorzi (in un consorzio software si dice dovrà esserci anche l'Olivetti) la collaborazione sulle reti e sul multimediale con la British Telecom e la France Telecom. C'è tutto questo ma Spindler leggerà il suo nome soprattutto al varo del PowerPC. Che significa? Che la Apple l'anno scorso ha deciso di lanciare questa nuova «piattaforma». Che può utilizzare il linguaggio Dos o il linguaggio Mac. Che consente di digitare sulla tastiera quel famoso «C» o di fare «click» col mouse su una icona. In-differentemente. E tutto questo segna il passaggio ad un nuovo microprocessore il cosiddetto Risc dalla velocità illimitata. Con qualche cosa in più. Che se si vuole fa circolare l'idea (o l'illusione?) che i «click» gli appartenenti al mondo Apple siano un po' più democratici degli altri. Visto che la Mac è operativa di «occupare» i sistemi inventati sia le applicazioni. lasci spazio alle piccole case di produzione dei programmi, le software house. Cosa che non accade così spesso a Microsoft. Ma questa affermazione così come la risposta che la Microsoft ha fornito al PowerPC (ormai ultrafamoso Windows 95) (meno caro ma con meno funzioni) appartengono già ad un altro discorso.

Personalmente e in tutta sincerità mi auguro che non siamo sul punto di fare il nostro ingresso in una realtà dell'informazione paragonabile sempre più al gioco Total Pursuit. Abbiamo bisogno di una cultura che non cancelli le emozioni, le amicizie e i rapporti interpersonali di modo che questa tecnologia non finisca per intimidire la gente. Come è stato più volte dimostrato una cultura può sopravvivere alla disinformazione e alla falsa informazione. Tuttavia non è stato ancora dimostrato se una cultura può sopravvivere assumendo a misura del mondo i «sound bites».

Spero che non finiremo con un modello di società in cui il 5 per cento della popolazione è molto istruito e guadagna bene mentre il resto non ha altro da fare che aspettare la morte sia pure «condannato da giudici attenti».

© 1995 by W. P. respectives. Quarterly. Tutti i diritti sono riservati.