



La posta bloccata e la paura di Bill Gates

C'è qualcosa di diabolico in Internet. O almeno nella rappresentazione che della madre di tutte le reti viene fatta a seconda delle evenienze e convenienze. Un pedofilo massacrò un bambino? C'è Internet di mezzo. Un gruppo di matti si suicida in massa? Internet assassina. Un solo mito è più forte di Internet, ed è Bill Gates. Quando il patron di Microsoft lanciò la sua rete MSN, non furono pochi quelli che predissero la fine di Internet, fagocitata dal gigante di Seattle. L'altro giorno il server della posta di MSN è stato disattivato per 36 ore. Manutenzione, più o meno prevista. Tanto è bastato perché un allarmatissimo Furio Colombo dedicasse alla vicenda due colonne nella pagina dei commenti di Repubblica. E descrivesse uno scenario, dove un tranquillo ma demoniaco Bill Gates preme un pulsante da casa e mette in crisi il mondo. «Una decisione che riguarda tutti, dalla Groenlandia al Mozambico», scrive Colombo. Non sappiamo quanti siano gli utenti del server di Microsoft. Poco importa, comunque una frazione minima degli utilizzatori della rete. Non hanno potuto mandare posta per un giorno e mezzo, diciamo due. Né riceverla. Fastidioso. Niente più. Colombo, invece, partendo dall'assunto sbagliato che la mossa di Microsoft riguardasse tutto il mondo, parte lanciando in resta per ricordare che si tratta di una «sorpresa annunciata» da un suo libro e sistematizzata da Alberto Ronchey che ha parlato di «tropismo» nella comunicazione. Dovrà avvisare i mittenti dei quaranta messaggi che ho ricevuto negli ultimi tre giorni che si sono sbagliati. Loro non lo sapevano, ma Furio Colombo li aveva oscurati. [T.D.M.]

Due giovani visionari, Steve Jobs e Steve Wozniak, cominciarono la produzione del computer «fai da te»

Buon compleanno «Mela» Il garage di Cupertino fa 20 anni

Dalla prima interfaccia grafica alla conquista di una fetta rilevante del mercato mondiale. Poi, gli anni della crisi. Ora lo slogan della casa per il rilancio è: «date un'occasione ai vostri sogni». Un laboratorio di innovazioni.

«Quello che ci teneva insieme alla Apple era la capacità di fare delle cose che avrebbero cambiato il mondo... Il contributo che abbiamo tentato di dare aveva in sé non solo valori come l'eccellenza e l'innovazione tecnologica - alle quali credo che pure abbiamo contribuito - ma anche un'innovazione di un genere più umanistico... È la combinazione di questi due fattori che mi rende particolarmente orgoglioso». Steve Jobs riassume così in un'intervista per la Smithsonian Institution Oral and Video Histories (<http://www.si.edu/resource/tours/comphist/sj1.html>) l'idea che fu alla base della Apple Computers, nata poco più di vent'anni fa in un garage dietro casa.

Difficile sapere se il visionario Jobs e il concreto Steve Wozniak, quando si misero insieme per creare il prototipo di quello che doveva essere un computer do-it-yourself, davvero pensarono quello che Jobs riesce a riassumere così bene vent'anni dopo. Ma poco importa in realtà, perché in definitiva la storia della Apple, i suoi primi dieci anni almeno, si riassume proprio in questa fusione tra tecnologia e umanesimo.

Neppure l'idea della GUI, ovvero la Graphic User Interface, l'interfaccia utente grafica, è della Apple, perché la tecnologia fu acquisita in gran parte dalla Xerox. Ma anche questo poco importa, perché fu la Apple a portare il computer alle masse e a renderlo accessibile a tutti, anche agli umanisti. E pure il mouse, che Apple fece diventare uno standard per tutti i personal computer, venne studiato negli anni Settanta da Douglas Engelbart dello Stanford Research Institute.

L'Apple II, il primo computer veramente commerciale col marchio della mela, resta ancor oggi una sorta di mito, e non è forse un caso che, dalla Pepsi Cola, John Sculley si trasferisse alla Apple nel 1983, proprio mentre si vendeva il milionesimo Apple II e appena sei mesi prima che il Macintosh fosse rivelato al mondo.

Neppure due anni dopo, in uno dei momenti più alti della storia Apple, con il Macintosh nato da poco e l'Apple II costruito già in due milioni di esemplari, prima Wozniak e poi Jobs lasciano. Nel 1985 sarà Sculley a restare padrone incontrastato della società.

Per dieci anni, tra alti e bassi, la Apple ha continuato ad essere uno dei protagonisti reali dell'industria dell'hardware e del software, uno dei grandi laboratori dell'innovazione. Non a caso, quando Microsoft lanciò il suo Windows 95 enfatizzandone la semplicità d'uso, il cosiddetto «plug-and-play», Apple rispose con una campagna pubblicitaria il cui messaggio era più o meno: noi lo facciamo da quindici anni. Sono gli anni in cui sulle piattaforme della Apple nasce e si

sviluppa una vera e propria industria nuova, prima sconosciuta, quella del desktop publishing, letteralmente la «tipografia sulla scrivania».

In questo stesso decennio, tuttavia, la Apple progressivamente perde di vista la sua ragione di essere fondante, smarrisce il rapporto con la propria storia: da laboratorio della convergenza, come Jobs bene ha spiegato nella sua intervista, a tranquilla Corporation, soddisfatta dei suoi guadagni e delle sue prestazioni finanziarie.

Nel 1993, mentre Sculley dà le dimissioni, cessa la produzione dell'Apple II, dopo 17 anni e cinque milioni di esemplari venduti. Ma il mercato non è più quello che accolse, nel 1977, la piccola meraviglia tecnologica di Steve Wozniak, come è dimostrato dal fatto che in appena un decennio sono stati venduti oltre dieci milioni di Macintosh.

I quattro anni che seguono sono per la Apple forse i più difficili della sua storia. La crisi dell'azienda si traduce in una serie di prodotti sbagliati, un sistema operativo che non funziona più. Bella senz'anima, la Apple del 1995 non è che il simulacro di se stessa, una vecchia primadonna senza nostalgie né illusioni.

Sarà forse per questo che oggi lo slogan della pubblicità della Mela è «Give Your Dreams a Chance», date un'occasione ai vostri sogni. Il sogno, per la società californiana, è di ritornare ad essere un laboratorio di innovazioni, forse con meno capacità visionaria degli esordi, ma con il vantaggio di una seguito di fedelissimi che ormai si contano a milioni in tutto il mondo.

Perché il fenomeno più straordinario che ha generato la Apple nei suoi primi vent'anni di vita è un seguito di fedelissimi, sostenitori incondizionati della mela e dei suoi prodotti. Un fenomeno così vasto e consolidato da assomigliare ad un vero e proprio movimento, forse non politico ma certo di opinione.

Chissà se il parziale ritorno di Jobs riuscirà a compiere il non piccolo miracolo di ridare ragioni ad un marchio in cerca di identità. Il fondatore di Apple ritorna alla casa madre attraverso Next, acquistata da Apple nei mesi scorsi. Il nuovo sistema operativo, che sostituirà l'attuale System 7, sarà infatti interamente basato sulle tecnologie messe a punto dalla Next in questi anni. La sfida è stavolta impossibile lanciata da un garage.

L'informatica non è più un luogo di pionieri, né un salotto di gentiluomini. La sfida è globale, e lo scontro oggi vale miliardi di dollari. Ma serve ancora qualcuno che sappia almeno interpretare il bisogno di guardare più lontano.

Toni De Marchi



Una edizione speciale del mac ultrapiatto della Apple

Si «mangia» un articolo su Internet

Bob Metcalfe, uno degli inventori della tecnologia di rete Ethernet e presidente della 3Com Corporation che produce modem, è evidentemente un uomo che sa riconoscere i propri errori. Al punto che, durante una conferenza sul World Wide Web svoltasi a Boston, ha ammesso di aver sbagliato di grosso quando predisse due anni fa sulla rivista InfoWorld, che ci sarebbe stato un «catastrofico, gigantesco collasso» di Internet entro il 1996. E per dimostrare il suo pentimento si è letteralmente rimangiato le parole: ha fatto l'articolo a pezzettini e lo ha buttato giù dopo averlo passato in un frullatore.

Si chiama Spartacus e lo potranno avere solo in 10 mila La Macintosh si autocelebra con un computer da 20 milioni

Nonostante il prezzo sembra che le prenotazioni siano molte di più delle annunciate disponibilità. Un design assolutamente rivoluzionario.

Si chiama Spartacus e lo potranno avere soltanto in diecimila in tutto il mondo, purché siano disposti a sganciare una ventina di milioni. Ma nonostante il prezzo, pare che le prenotazioni siano molte di più delle annunciate disponibilità. Per cui è diventato un oggetto cult ancora prima di vedere la luce del mercato.

Spartacus è la proposta autocelebrativa della Apple per i suoi vent'anni, un computer che promette di essere altrettanto dirimpette e innovativo del primo Macintosh di quattordici anni fa.

Un design rivoluzionario, tutto verticale, con uno schermo a cristalli liquidi al posto del solito tubo catodico, un lettore di CD-ROM collocato verticalmente sulla parte frontale, un sistema di amplificazione sonora progettato dalla Bose, con due altoparlanti laterali e un subwoofer separato per gli effetti speciali. Si tratta dunque di una vera e propria stazione multimediale, completa di un sintetizzatore FM, di un ricevitore televisivo, di modem e di tutto quello che oggi è necessario a definire l'utente multi-

mediatico del Terzo millennio. Dal punto di vista del design lo Spartacus è un piccolo capolavoro di ingegneria del prodotto. Tutto quello che ci abbiamo descritto sta all'interno di un contenitore che è una sorta di pannello spesso pochi centimetri, sistemato verticalmente su un semplicissimo supporto semicircolare.

Da un certo punto di vista, Spartacus è una orgogliosa dimostrazione di quello che la Apple Computer è capace di fare. Raccoglie tanta tecnologia e tante componenti diverse in una scatola piuttosto piccola per di più caratterizzata da una forma leggermente concava, è un'impresa di assoluto primato, alla quale hanno contribuito nella stessa misura creativi e supertecnici, esattamente quello che Steve Jobs immaginava per la Apple degli inizi.

Ma chi lo comprerà? A novemila dollari (una ventina di milioni in Italia) non è certo un computer alla portata dello studente universitario, né qualcosa per il tecnofilo puro. E certamente un pezzo da collezionista, che non sarà ripetuto in fu-

turo. La Apple ha infatti assicurato che, completato il decimillesimo pezzo, distruggerà gli stampi usati per realizzarne l'involucro.

Che qualcuno possa pensare anche ad una piccola speculazione, non è escluso. Pare che alcuni portatili PowerBook realizzati in bianco anziché il solito nero siano oggi venduti sul mercato dei collezionisti a quasi trenta milioni al pezzo. E negli Stati Uniti è possibile trovare chi è disposto a pagare cinquemila dollari per avere un vecchio Macintosh della prima serie, quello con 128 kilobyte di RAM, purché sia ancora funzionante. Che poi di fatto non serva più a nulla, poco importa.

Per le prenotazioni la Apple ha perfino creato un sito su Internet, che si trova all'indirizzo <http://www.twentiethanniversary.apple.com>. Chi volesse provare il brivido dell'esclusività può lasciare il suo indirizzo. Se la fortuna assiste, nel giro di poche settimane qualcuno dalla Apple verrà direttamente a casa per montarvi uno Spartacus, debitamente numero e certificato. [T.D.M.]

CD ROM

I dischetti per far tornare i propri conti

Innanzitutto l'«economia». Anche se in questo caso si tratta di «economia domestica». Euscito anche in italiano Money 97, il fortunato programma Microsoft di contabilità personale. La nuova versione del programma, esce sul mercato ricca di nuove funzioni in grado di ottimizzare tempi e metodi nell'organizzazione delle proprie finanze. Il Cd (solo per Win 95, 99.000 lire), permette di gestire le proprie finanze in modo da tenere sotto controllo le proprie spese, il proprio conto corrente bancario e i propri investimenti o ricordare le scadenze dei pagamenti. La videata iniziale informa in tempo reale sulla situazione finanziaria corrente (attività e passività, redditi e spese, le uscite del mese precedente aggiornate in tempo reale); attivando l'icona «registro conti» si accede al foglio elettronico che amministra tutte le entrate e le uscite dell'utente, i trasferimenti, i prelievi ed i movimenti effettuati con il Bancomat. Cliccando sull'icona «calendario pagamenti» si avrà invece accesso all'agenda elettronica che evidenzia pagamenti e depositi, relativi importi e beneficiari. È possibile gestire più conti correnti, o integrarli con il portafoglio titoli, eventuali mutui e polizze vita. Per chi volesse fidarsi del computer c'è persino una funzione «consulenziale» che guida alla pianificazione delle più consuete (e angoscianti...) operazioni finanziarie: dal calcolo prestiti al confronto sulla convenienza dei mutui. Un prodotto di ottimo livello, predisposto per utilizzare eventuali servizi di «banking on line».

Dai soldi alla cultura. Il Grande Tiepolo (Pc e Mac, prodotto dalla Videe di Pordenone, 149.000) è un apprezzabile tentativo di trasposizione del catalogo di una mostra in un libro multimediale. Operazione spesso rischiosa, ma che stavolta ci sembra decisamente riuscita. La mostra è quella allestita congiuntamente dal museo di Ca' Rezzonico a Venezia e dal Metropolitan Museum di New York, nel tercio centenario della nascita del pittore. Sono quattro gli ambienti interattivi disponibili nel Cd: «I luoghi, il tempo» approfondiscono il contesto europeo dell'attività del Tiepolo, ne localizzano le opere dove sono fisicamente conservate e ne ripercorrono la biografia, dalla sperimentazione giovanile dei primi anni del '700 all'epilogo di Madrid del 1770. «Le opere pittoriche» è un completo database per titolo, anno, luogo e città, con 634 schede interattive su cui è possibile fare ricerche anche sofisticate. «I grandi cicli ad affresco» consente la visualizzazione in QuickTime Vr di alcune celebri residenze settecentesche (anche se a volte si «pianta» drammaticamente).

Roberto Giovannini

LA POLEMICA. Una lettera del segretario della federazione antipirateria e la nostra risposta Il copyright del 2000 è uguale a quello del '900?

«L'editoriale dell'Unità di qualche tempo fa era pieno di luoghi comuni». Una provocazione: «E se tornassimo al vinile?».

Dal presidente della Federazione contro la pirateria musicale, Enzo Mazza riceviamo questa lettera:

Molto suggestivo l'editoriale del 16 aprile 1997 a firma di patrizio Di Nicola «Prezzi più bassi per battere i cd pirata», i nazisti paragonati ai discografici, i tutori di Bradbury. Chissà magari aiuta l'immaginario collettivo a vedere i pirati come i giustizieri divini che annientano la discografia salvando il mondo. Purtroppo l'editoriale è anche pieno di luoghi comuni e di una errata percezione del fenomeno. L'equazione «prezzi più bassi uguale meno pirateria» non è vera e lo è tanto più se guardiamo al fenomeno, sempre più grave della contraffazione. Compact disc, uguali in tutto e per tutto con gli originali, allo stesso prezzo e venduti negli stessi luoghi, mischiati ai prodotti genuini. Qui il primo soggetto danneggiato è proprio il consumatore finale. Questo fenomeno è in crescita esponenziale,

le, anche perché rende molto di più sia al commerciante disonesto, sia al produttore e al distributore illegale.

Dall'altra parte vediamo invece come in ogni caso il prezzo del cd sia in media in calo. La concorrenza spietata della grande distribuzione, la possibilità di ordinare prodotti via Internet in siti con centinaia di migliaia di titoli a catalogo hanno in realtà creato uno «street price» che è molto più basso del prezzo fisso nel listino. Nella grande distribuzione, ad esempio, si possono trovare prodotti in classifica con prezzi inferiori anche del 30% e questo meccanismo non è nuovo, perché come è avvenuto anche in altri settori ha contribuito a stimolare la concorrenza tutto a vantaggio del consumatore. Allo stesso tempo la riduzione del prezzo come arma per contrastare la pirateria si rivela un fucile che spara a salve. In un'area dove il prodotto pirata genera profitti del 10 mila per cento,

anche una riduzione del 40% del prezzo del disco originale consentirebbe al pirata di essere sempre e comunque concorrenziale. Un cd falso può costare meno di 600 lire al produttore illegale. E qui apro una piccola parentesi. Anche al produttore originale il cd può costare 600 lire, ma questo è solo il costo di fabbricazione al quale vanno aggiunti tutti i costi di royalty, diritti d'autore, promozione, ecc. Tutti costi che il pirata non ha perché egli non fa altro che riprodurre i titoli in classifica come un parassita. Sostenerne che «se fare un cd falso costa 600 lire allora non si capisce perché un cd originale debba costare 35 mila lire» è come dire che se il giornale è solo un pezzo di carta che leggo e butto non si capisce perché debba costare 1500 lire e non 200 lire. Come si vede si giunge sempre al nocciolo della questione. Il diritto d'autore non viene mai considerato, il diritto dell'artista, interprete, esecutore e del produttore non valgono nulla. Tutto si risolve allora nel concetto: morto il dirit-

to d'autore uguale libera comunicazione e quindi grande vantaggio per il consumatore che nel mondo digitale troverà tutto a costo zero. Purtroppo il consumatore non troverà niente, perché senza diritto d'autore, senza diritto dell'artista e senza diritto del produttore nessuno creerà più nulla. La tutela del diritto d'autore e dei diritti connessi è necessaria anche nel mondo di Internet o delle sue evoluzioni, pena la fine della musica, dell'editoria, del cinema e del software. Software che tra l'altro conferma come l'equazione «prezzi bassi uguale meno pirateria» presentata da Di Nicola sia clamorosamente smentita. Io sono stato il responsabile dell'antipirateria software (B.S.A.) proprio negli anni a cavallo dell'entrata in vigore della nuova legge sulla tutela dei programmi per elaboratore. La pirateria è calata dall'89% al 50% tra il 1993 ed il 1994 non per effetto dei prezzi ma per la corsa alla regolarizzazione delle grandi aziende che coprivano illecitamente. I prezzi sono

scesi in maniera significativa solo nei primi mesi del '95 e dunque nulla avevano a che fare con la lotta alla pirateria. Le prime licenze per gli studenti al 70% di sconto sono apparse alla fine del 1995. Alla fine dello stesso anno la pirateria è tornata a superare il 60% del mercato. Dov'è dunque la relazione fra prezzi e pirateria? Io non la vedo, vedo solo dei ladri che rubano le opere dell'ingegno perché è facile e perché anche costasse diecimila lire un prodotto originale si potrebbe averlo sempre a meno. Difendere il diritto d'autore è dunque un dovere e un impegno di tutti.

Cordiali saluti.

Enzo Mazza

Mi dispiace sinceramente che un addetto ai lavori abbia colto così poco di quel che intendevo dire nel mio editoriale sui diritti d'autore. Vale ricordare che ero partito dalla considerazione che autori ed editori

hanno le loro buone ragioni per combattere la pirateria e che questo crea un danno non solo all'industria, ma anche alla fiscalità generale, quindi a tutti i cittadini. Ma il punto centrale del mio ragionamento era che, nelle società moderne, non possiamo permetterci di non riflettere su come le tecnologie modifichino tutto (e quindi anche i diritti d'autore). I quali, in alcuni campi - si pensi al libro a stampa - rappresentano non certo il costo maggiore che grava sull'opera: i diritti sul mio ultimo libro, ad esempio, sono stati remunerati con l'8% del prezzo di copertina. Al rifiuto di affrontare la questione nell'ottica delle tecnologie di oggi non posso che consigliare di difendere i diritti degli autori tornando a quelle di ieri: si abolisca il Cd, così facilmente falsificabile e si ritorni al disco in vinile. I veri audiofili ne saranno felici.

Patrizio Di Nicola

Il teatro ora si trova in rete

«Die di Sipario» è il nome del progetto - presentato a Milano - che la rivista «Sipario» sta realizzando per la diffusione della drammaturgia italiana ed europea nel mondo. Il progetto prevede diverse iniziative: da una rete di punti di informazione nei principali teatri italiani a un servizio che darà la possibilità ai turisti di prenotare e acquistare i biglietti relativi a spettacoli teatrali che si svolgono in Italia. Quest'ultimo servizio è frutto di un accordo fra «Sipario» e la società editoriale americana «Playbill-on-line». Una parte rilevante del progetto riguarda la costituzione di una biblioteca informatica dedicata agli autori italiani contemporanei (Baic).