



# Apple è sexy e spinge sull'intimità con le tecnologie

Publicato il [23 settembre 2014](#) da [mirella](#)

Per *Repubblica* e *Corriere*, che, ormai emuli del simpatico ma decisamente sopra-le-righe [MacRaiser](#) (ma non raggiungeranno mai il suo sarcasmo del suo blog al vetriolo!), dopo aver inzuppato la tastiera nel calamaio del luddismo, scorgono “**il Lato Oscuro di Apple**” in ogni dove (dopo **Federico Rampini** con il libro simil-fotocopia-Mela Marcia, ecco [Cella trovare il lato oscuro di Apple](#) nelle file per l’iPhone 6! Un fenomeno sempre esistito, già denunciato dal nostro blog da anni!), faccio notare che il **Time** osserva, senza tifo da Fanboys ma con spirito laico – da giornalismo hi-tech di qualità, senza secondi fini -, che i dispositivi di Apple vengono osservati con un occhio di riguardo perché **sono adottati in tempi molto rapidi dagli early adopter e diventano una sorta di punto di riferimento (benchmark) per tutti i vendor**. Apple, già vendor di **device sempre più sexy**, riesce a spingere sempre di più l’acceleratore sul personal, azzerando sempre di più la distanza fra utente e device, e portando **l’utente finale sempre più a stretto contatto, in contiguità sempre più intima con le tecnologie**. Il tema vero è **l’intimità con l’IT, la vera chiave del successo di Apple**. Un’intimità sexy che dimostra perché l’azienda di Cupertino porterà la Wearable Tech, finora non decollata, a una svolta. Naturalmente, una svolta da 50 sfumature di Mela e molto profittevole.

Alla faccia del libro della Feltrinelli sulla Rete Padrona, i giornalisti hi-tech recuperino in fretta un po’ di sano buon senso. Il lato oscuro dell’IT esiste: soprattutto quando si fanno markette. Sarebbe meglio fare i giornalisti, sempre, e non con meccanismo ad orologeria.

**La Repubblica per anni ha cercato di imporre un racconto positivo delle tecnologie di Apple**, una narrazione semplicistica e banalizzante come se la Mela sfornasse solo meraviglie. In realtà non è così: come ogni tecnologia, anche il digitale nasconde alcune insidie. E “*l’uso distorto e l’approccio commerciale della Rete, a lungo andare, rischia di generare timori e disillusioni*” come spiega **Andrea Granelli, autore de «Il lato oscuro del digitale. Breviario per (soprav)vivere nell’era della Rete»**.

Se Federico Rampini che chiamava iPhone ogni smartphone, fa inversione a U, ben venga il suo ravvedimento: ma lo faccia con umiltà, dando a Cesare quel che è di Cesare.

**Mela Marcia denuncia da sempre l’approccio fondamentalista**. E mica spinge verso il luddismo, piuttosto verso lo Smart Work e un sano BYOD. In un mercato dove non c’è solo Apple, ma domina Android e dove Windows Phone si conferma il terzo OS con vocazione business, serve capacità di scegliere liberamente. E nel mercato Mobile la scelta è ampia: da Blackberry a Sailfish Os di Jolla, da Ubuntu Mobile a Firefox OS di Mozilla, la scelta tocca a voi, cari utenti.

**Cessiamo di essere utOnti e torniamo a essere end user con approccio Open Mind**. Senza vedere “lati oscuri” anche laddove non ci sono, ma imparando a scansare le insidie dell’IT e della Rete, grazie alla consapevolezza. Quella vera, non quella indotta dalle mode del momento.