

“È un’overdose di marketing, così funziona il capitalismo”

MILANO

«Quello di Apple? È marketing. Un semplice esempio di come funziona il capitalismo». Sul colosso di Cupertino Evgeny Morozov non ha mai avuto dubbi: l'estetica minimalista e l'aura creatasi intorno ai prodotti della Mela non rendono Apple così speciale. È solo un'azienda capace di convincerci a comprare i suoi prodotti. Ed è quello che Morozov - opinionista fuori dagli schemi, tra i più brillanti studiosi di nuovi media - ha scritto nel 2012 in «Contro Steve Jobs». Il suo ultimo libro, edito da Codice, è «I signori del silicio».

Insomma è tutto un inganno ben riuscito?

«Sì, ma non voglio accusare Apple di una speciale doppiezza: quale azienda non lo fa? Si tratta di semplice marketing. A chi vende fertilizzanti non serve la pubblicità, ma con la tecnologia il segreto è convincere le persone dei benefici che avranno dal-



Critico

Di origini bielorusse, professore a Stanford, è autore di «Contro Steve Jobs».

Il suo ultimo libro, edito da Codice, è «I signori del silicio»

l'acquisto di un prodotto».

E questo Apple lo fa bene.

«Lo fa da quando ha persuaso tutti della necessità di avere un personal computer, quando ci convince che c'è un iPhone migliore di quello precedente, o a spendere cifre spaventose per un Apple Watch. È un'overdose di marketing, e ha a che fare con gli stili di vita e con l'acquisizione di potere (empowerment ndr) dell'individuo. In fondo sono tutte cose di cui si parlava già negli anni '60, con le teorie sui persuasori occulti. È solo capitalismo».

Anche la recente lite con l'Fbi è un'operazione di marketing?

«No, non credo. Mi piacerebbe poter criticare Apple anche su questo... ma penso abbiano fatto la cosa giusta. È stata l'Fbi ad usare il caso a scopo mediatico, e continuo a ritenere scandalosa la richiesta dell'agenzia di sbloccare l'iPhone di uno degli attentatori di San Bernardino. Apple ha fatto bene a non obbedire».

[S. R.]