



**APPLE**  
**...il primo PC compie 40 anni**  
*11.04.1976 – 11.04.2016*

*Bibliografia*

***Apple come esperienza religiosa*** / Antonio Guerrieri - Sesto San Giovanni (MI) : Mimesis, 2013 – pp. 96 (Il caffè dei filosofi ; n. 51)

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura: BUL A 338.762139160973 GUE APP

Culto della mela, comunità d'iniziati, fedeltà assoluta. Apple rappresenta per molti suoi appassionati qualcosa in più di una corporation dell'informatica: nella maniera di presentarsi al pubblico e nei sentimenti suscitati nei Mac-user, mostra somiglianze con quanto viene tradizionalmente attribuito alle religioni. Dalla scelta della mela, simbolo del peccato e della conoscenza, alla volontà di differenziarsi in modo eretico-rivoluzionario dall'ortodossia di IBM e Microsoft, Apple ha instillato e sfruttato il desiderio di appartenere a un gruppo elitario, accomunato dalla conoscenza di una verità nascosta ai più. Questo piccolo ma documentato libro si addentra in simili scenari con l'intento di verificare quel che di realmente religioso vi sia nel "culto" di Apple e nell'ammirazione, e quasi devozione, di tanti per la figura di Steve Jobs.

***Apple design*** / ed. by Sabine Schulze and Ina Grätz ; with essays by Friedrich von Borries ... [et al.] - Ostfildern : Hatje Cantz, 2011 – pp. 319

ME-Accademia di architettura. Sala di lettura. Segnatura: AAM 745 Appl

Volume pubblicato in occasione della mostra "Stylectrical: on electro-design that makes history", Museum für Kunst und Gewerbe, Hamburg, August 26, 2011 - January 15, 2012

Featuring over two hundred examples of designs, this publication focuses on Jonathan Ive (\*1967 in London), Senior Vice President of Industrial Design for Apple, who since 1997 has been responsible for the design of all of the company's products. Over the past decade, Ive and his team of designers wrote electronics design history with their standard-setting iMacs, iPhones, iPods, and iPads. Their user-friendly, distinct, and elegant design has made a significant contribution to the brand's cult status. This volume compares various approaches to design and casts light on numerous aspects of design history, deepening one's understanding of contemporary industrial design. Following an analysis of the forms and functions of the featured products, the book provides an explanation of the innovative production methods and materials applied. Last but not least, it points out Apple design's noticeable references to the simplified forms of the products manufactured by the successful German brand Braun, and lists the Ten Rules for Good Design promulgated by the company's chief designer, Dieter Rams. (Amazon.com)

***Da PC a Mac : guida ad Apple per utenti Windows*** / Matteo Tettamanzi - Milano : Apogeo, 2011 – pp. 150 (Pocket color)

LO-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura: BCL 681.3

Passare da PC a Mac significa cambiare il proprio modo di lavorare, navigare su Internet, sfogliare immagini o ascoltare musica, insomma, significa scoprire una modalità di interazione con il vostro computer completamente nuova. Ma niente paura: grazie alla celebre usabilità del sistema operativo Apple, superare le prime difficoltà dovute alle differenze tra il vostro vecchio PC e il Mac non è complicato. L'autore vi accompagnerà in maniera graduale attraverso tutte le fasi della migrazione e in poche pagine sarete in grado di gestire file e documenti sul vostro nuovo Mac, imparerete a navigare all'interno del sistema operativo, vi orienterete tra applicazioni e funzionalità, scoprirete il software in dotazione e prima di quanto potete immaginare avrete sostituito le vostre vecchie abitudini con il "il modo Apple" di usare il computer. (Editore)

***Dottor Mac : guida completa all'hardware e software di Apple*** / Massimo Carboni - Milano : U. Hoepli, 2010 – pp. 254 (Hoepli informatica)

LO-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura: BCL 681.3

Questo manuale nasce con l'obiettivo di riassumere in un unico volume di facile consultazione le principali problematiche che possono affliggere i computer di casa Apple. Problemi software e problemi hardware raccolti dall'autore (anche attraverso il suo blog), con riferimento sia alle fonti ufficiali sia alle esperienze personali degli stessi utenti, in oltre quindici anni di attività con tutti i tipi di Mac. (Editore)

***Emozione Apple : fabbricare sogni nel XXI secolo*** / Antonio Dini ; pref. di Aldo Grasso - Milano : Il Sole 24 Ore, 2008 – pp. 207 (Mondo economico ; 118)

LO-Biblioteca cantonale. Magazzini. Segnatura:BRLA 40468

In poco più di trent'anni l'azienda fondata da Steve Jobs e Steve Wozniak in un garage della Silicon Valley si è trasformata in un colosso mondiale che ha cambiato per tre volte le nostre società. La prima volta definendo l'idea di Personal Computer, la seconda creando il mercato della musica digitale con l'iPod e la terza reinventando il telefono cellulare con l'iPhone. Le tecniche di ideazione, produzione e commercializzazione dei prodotti di Apple sono diventate una lezione fondamentale per i manager di qualsiasi settore. Ma la storia di Apple è ancor più avvincente quando si scopre il contesto culturale nel quale l'azienda è nata e si analizza in profondità l'impatto sempre maggiore che sta avendo sulla società di oggi. Il volume, frutto di sei anni di ricerche, incontri con i protagonisti e accesso ai materiali originali alla base della storia e della strategia di Apple e delle principali aziende Hi-Tech statunitensi, è una delle più complete inchieste giornalistiche sull'argomento. (Editore)

***Hidden in plain sight : how to find and execute your company's next big growth strategy*** / Erich Joachimsthaler - Boston, Mass. : Harvard Business School Press, 2007 – pp. 253

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura:BUL A 658.406 JOA HID

Companies must innovate to grow, but they often forget to look beyond their own brands. Take Sony, for example. Its success with consumer innovations like the Walkman blinded it to obvious changes in how, when, and where people wanted their music. Apple capitalized on those changes in demand with the iPod, providing a new way of listening to music and of managing one's entire music library. This book explains how you can spot these opportunities that are hidden in plain sight. It introduces the demand-first innovation and growth model that will show you how to become an unbiased observer of people's consumption and usage behaviors. Refining this skill helps companies generate organic growth through new products, services, solutions, and experiences that truly enhance peoples' lives. Revealing the innovative processes of such organizations as BMW, Proctor and Gamble, GE Healthcare, and Frito-Lay, *Hidden in Plain Sight* offers you a new approach to identifying and executing your company's growth strategy.

***iCon : Steve Jobs, the greatest second act in the history of business*** / Jeffrey S. Young, William L. Simon - Hoboken, N.J. : Wiley, 2005 – pp. 359

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura:BUL A 338.76213916092 YOU ICO

iCon takes a look at the most astounding figure in a business era noted for its mavericks, oddballs, and iconoclasts. Drawing on a wide range of sources, Jeffrey Young and William Simon provide new perspectives on the legendary creation of Apple, detail Jobs's meteoric rise, and the devastating plunge that left him not only out of Apple, but out of the computer-making business entirely. This unflinching and completely unauthorized portrait reveals both sides of Jobs's role in the remarkable rise of the Pixar animation studio, also recreates the acrimony between Jobs and Disney's Michael Eisner, and examines Jobs's dramatic rise from the ashes with his recapture of Apple. The authors examine the takeover and Jobs's reinvention of the company with the popular iMac and his transformation of the industry with the revolutionary iPod. iCon is must reading for anyone who wants to understand how the modern digital age has been formed, shaped, and refined by the most influential figure of the age—a master of three industries: movies, music, and computers. (Amazon.co.)

***Il coraggio e la visione*** / Jessica Livingston - Milano : Sperling & Kupfer/Mondadori informatica, 2007 – pp. 302

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura:BUL A 650.1 LIV COR

Una raccolta di interviste ai fondatori delle più famose aziende in campo tecnologico che raccontano cosa è accaduto sin dall'inizio della loro esperienza di successo. Queste persone ora sono celebrità ma come andavano le cose quando erano solo amici con delle ottime idee per la testa? Fondatori come Steve Wozniak (Apple), Caterina Fake (Flickr), Mitch Kapor (Lotus) e Sabeer Bhatia (Hotmail) raccontano in queste interviste, con le loro parole, le idee che li hanno ispirati, le loro sorprendenti e molto spesso divertenti scoperte, le difficoltà incontrate fino a come hanno concepito realmente la possibilità di creare la loro società. Per tutti coloro che hanno pensato almeno una volta di realizzare un'idea di successo, questo libro è un utile strumento che svela come ciò è realmente accaduto, come le idee sono state tenacemente portate avanti da chi le ha partorite fino a tramutarsi in successo nella realtà.

***Il culto del Mac*** / Leander Kahney - [Milano] : Mondadori Informatica, 2004 – pp. 268

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB st 65.011.56 KAHN

Pochi prodotti godono della devozione dei loro utenti quanto un computer Macintosh. Le macchine Apple hanno dalla loro parte battaglioni di sostenitori fedeli e a volte un po' folli. Questo libro raccoglie le esperienze e le pazzie dei devoti seguaci che si sono moltiplicati attorno ai computer Macintosh: da quelli che hanno tatuaggi e capigliature che richiamano i Mac a coloro che arredano i propri appartamenti con le confezioni dei computer, questo libro offre un dettaglio del fanatismo Mac in tutte le sue forme. (ibs.it)

***Il fantasma nella rete : la vera storia dell'hacker più ricercato del mondo*** / Kevin D. Mitnick ; con William L. Simon ; pref. di Steve Wozniak ; trad. di Giancarlo Carlotti - Milano : Feltrinelli, 2014 – pp. 407 (Serie bianca)

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB bi 92 Mitnick SIMON

LO-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura:BCL 929 MITN

Quando i computer non erano ancora in tutte le case e in tutte le tasche, la rete muoveva i primi passi e ben pochi sapevano cosa fosse un hacker, Kevin D. Mitnick era nella lista dei criminali più ricercati dall'Fbi, ma non aveva mai usato un'arma, non aveva ucciso nessuno, non aveva rubato: era semplicemente il più bravo del mondo a intrufolarsi nei sistemi informatici più protetti del pianeta. Per anni Mitnick ha vissuto un'esistenza al limite, braccato da polizia e servizi segreti, continuamente alla ricerca di una sfida più eccitante e pericolosa della precedente, inventando sistemi sempre più ingegnosi per eludere le protezioni dei sistemi informatici più inviolabili e intanto riuscire a sfuggire alla cattura nel mondo reale. In questo libro, che è la sua autobiografia, Mitnick racconta le sue innumerevoli avventure, fuori e dentro la rete: quelle di un artista della truffa, capace di ingannare uomini e macchine con la stessa bravura, ma anche quelle di un precursore e di un visionario, il primo a riconoscere nell'hacking una strada alternativa per la comprensione del mondo digitale. Prefazione di Steve Wozniak. (Amazon.it)

***Il filtro : quello che internet ci nasconde*** / Eli Pariser ; traduzione di Bruna Tortorella - Milano : Il Saggiatore, 2012 – pp. 235 (La cultura ; 772)

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB ic 316.42 PARI

LO-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura:BCL 30

LU-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura:LG 303.48 PARI 1

Ti svegli una mattina e ti trovi in un mondo in cui tutti la pensano come te. Tutti hanno le tue stesse idee politiche, le tue convinzioni religiose, i tuoi gusti culinari. Nessuna discussione con chi la pensa diversamente. Benvenuto nell'era della personalizzazione. Nel dicembre 2009 Google ha cominciato ad alterare i risultati delle ricerche a seconda delle abitudini dei suoi utenti. La corsa a raccogliere la maggior quantità possibile di dati personali su cui customizzare la nostra esperienza online è diventata una guerra che i giganti di internet - Google, Facebook, Apple e Microsoft - stanno combattendo senza tregua. Dietro le quinte, una schiera sempre più folta di società di raccolta dati sta mappando le nostre informazioni personali, dalle preferenze politiche al paio di scarpe che abbiamo adocchiato online, per venderle agli inserzionisti. Il risultato: ognuno vive la propria vita in un mondo fatto a misura di marketing che finisce per diventare costrittivo, ciò che Eli Pariser chiama la "bolla dei filtri". Un'isola di sole notizie gradevoli, attinenti ai nostri interessi e conformi alle nostre convinzioni, che lascia sempre meno spazio a punti di vista diversi e a incontri inaspettati, limita la scoperta di fonti di creatività e innovazione, e restringe il libero scambio delle idee. Un'invisibile e inquietante rivoluzione che distorce il nostro modo di apprendere, conoscere e informarci, fino a stravolgere la formazione dell'opinione pubblica e il funzionamento della democrazia.

***iPhone e Mac coppia perfetta : le opzioni di sincronizzazione dell'iPhone, le funzioni avanzate, l'integrazione con il Mac e con la piattaforma Apple, le App di terze parti per la produttività e la comunicazione*** / Massimiliano Bigatti, Andrea De Marco, Gianni Fontana - Milano : Il Sole 24 ORE Business Media, 2009 – pp. 98

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB st 65.011.56 iPhone

***iPad : tutta la magia della nuova rivoluzione Apple*** / Simone Gambirasio - Milano : U. Hoepli, 2010 – pp. 310

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB st 65.011.56 iPad

LO-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura:BCL 681.3

Questo manuale aiuterà a sfruttare da subito tutte le potenzialità di questo oggetto e dei suoi accessori. In poco tempo si riuscirà a navigare su Internet, controllare la posta, ascoltare musica, guardare film, leggere libri, sfogliare giornali, giocare e fare molto altro. Dalle funzioni base a quelle più avanzate qui c'è proprio tutto, incluse le guide complete ad App Store, iTunes Store, iBooks, Kindle e iWork per iPad (Pages, Keynote e Numbers). (Amazon.it)

***iPhone per tutti : dai servizi e dalle funzioni di base alle migliori applicazioni disponibili sull'App Store: i tanti volti del rivoluzionario dispositivo di Apple*** / Francesco D'Ambrosio e Andrea De Marco - Milano : Il Sole 24 ORE Business Media, 2008 – pp. 93

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB st 65.011.56 iPhone

***iPod e iTunes : per Windows e Mac : [il modo Apple di mettersi in tasca musica, video, foto e molto altro]*** / Matteo Tettamanzi - Milano : Apogeo, 2008 – pp. 72 (Vedere Capire)

LO-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura:BCL 681.3

***Jony Ive : il genio che ha dato forma ai sogni Apple.*** / Kahney Leander – Milano: Sperling & Kupfer, 2014 – pp. 309

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB bi 92 Ive KAHN

Nel 1997, Steve Jobs tornò in Apple come CEO, con l'arduo compito di risollevare le sorti dell'azienda che lui stesso aveva fondato. Una notte, aggirandosi nel quartier generale, Jobs s'imbattè in un designer britannico dall'aspetto trasandato, immerso nel lavoro e circondato da centinaia di prototipi. Fu allora che comprese di aver trovato il talento che gli serviva. Quel giovane era Jony Ive. Dalla collaborazione tra Jobs e Ive sono nati alcuni dei prodotti più emblematici della tecnologia moderna, tra i quali l'iMac, l'iPod, l'iPhone e l'iPad, i cui design, estremamente originali, non solo hanno contribuito a risollevare il destino di Apple, ma hanno anche rivoluzionato interi settori, fidelizzato una solida clientela e creato un brand famoso in tutto il mondo. Nel frattempo, Jony Ive è diventato il più insigne innovatore nel settore tecnologico, vincendo numerosi premi e guadagnandosi un posto nella classifica del Time delle 100 persone più influenti del 2013. Nonostante tutti i suoi trionfi, però, sappiamo ben poco di questo prodigio timido e discreto che Jobs definiva il suo "partner spirituale". In questa biografia, basata su interviste con ex colleghi di Ive e arricchita da un inserto fotografico, Leander Kahney tratteggia l'accurato ritratto di un genio creativo, raccontandoci come Jony, da studente affetto da dislessia, sia diventato il designer che dà forma ai sogni di domani. (ibs.it)

***La battaglia dei titani : come Apple e Google sono entrati in guerra e hanno dato inizio a una rivoluzione*** / Fred Vogelstein ; [trad. di Luca Fusari] -Milano : Mondadori, 2013 – pp. 253

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB ic 316.42 VOG

Il 9 gennaio 2007 Steve Jobs annunciò di voler rivoluzionare il mondo della telefonia mobile lanciando sul mercato l'iPhone. Critici e addetti ai lavori pensarono subito che, questa volta, il carismatico dominus di Apple, dopo aver messo a soqquadro l'industria discografica grazie all'iPod e a iTunes, avesse fatto il passo più lungo della gamba: i grandi operatori telefonici avevano sempre esercitato un controllo ferreo sull'intero settore delle telecomunicazioni ed era difficile ipotizzare che qualcuno potesse anche solo intaccarne il predominio. In realtà, il nuovo smartphone si sarebbe rivelato il primo vero computer tascabile che, grazie alla tecnologia dello screen multitouch, avrebbe concentrato nei polpastrelli delle dita le funzioni fino ad allora svolte da mouse, tastiera e stilo. Google, altra multinazionale dotata di ingenti capitali e di un'incredibile capacità di innovazione, che già alla fine del 2007 presentò la sua ultima creatura, Android, un sistema operativo in grado di contendere lo scettro a iOS. Inevitabile, dunque, che si scatenasse una guerra senza esclusione di colpi, destinata a finire nelle aule di tribunale: la posta in gioco non era solo il primato nelle vendite, ma la conquista dell'intero ecosistema web. Fred Vogelstein ripercorre le fasi salienti di questa sfida a suon di brevetti tra Apple e Google, che coinvolge alcune delle maggiori aziende di telefonia come Samsung e Motorola. (Amazon.it)

***L'arte dell'inganno : i consigli dell'hacker più famoso del mondo*** / Kevin D. Mitnick ; scritto con William L. Simon ; introd. di Steve Wozniak ; trad. di Giancarlo Carlotti ; consulenza scientifica di Raoul Chiesa - Milano : Feltrinelli, 2013 – pp. 324 (Universale economica Feltrinelli ; 8246. Saggi) LO-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura:BCL 681.3

LU-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura:LG 005.8 MITN 2

Il celebre pirata informatico spiega tutte le tecniche di "social engineering" che gli hanno permesso di violare sistemi di sicurezza ritenuti invulnerabili. Descrive le strategie impiegate dagli hacker, dagli agenti dello spionaggio industriale e dai criminali comuni per penetrare nelle reti. Si tratta di tecniche dell'"inganno", di espedienti per usare la buona fede, l'ingenuità o l'inesperienza delle persone che hanno accesso alle informazioni "sensibili"; tecniche paragonabili alle strategie che Sun Tzu descriveva nel suo trattato sull'arte della guerra. Anche in questo caso, la manipolazione del "fattore umano", la capacità di "ricostruire" le intenzioni, la mentalità e il modo di pensare del nemico diventa lo strumento più micidiale. Introduzione di Steve Wozniak. Consulenza scientifica di Raoul Chiesa. (ibs.it)

***Le mac pour les nuls*** / D. Pogue - Paris : Sybex, 1993 – pp. 309 (Pour les nuls)

LU-Ist. univ. fed. form. prof.. Libero accesso. Segnatura:IUFFP 519 POGUE

Niveau : débutants - Les secrets des produits MacIntosh sont ici réunis en 21 chapitres et une annexe, petite partie nichée en fin d'ouvrage, mais qui présente quelques conseils sur la phase primordiale d'une telle découverte : l'achat du matériel. De la prise en main de l'ordinateur aux conseils pour une utilisation des plus rationnelles, le champ d'action du livre est suffisamment grand pour qu'un large public trouve dans ces 377 pages tout ce qu'il est en droit d'attendre. Sur le principe désormais bien connu de la collection "Pour les Nuls", le lecteur gagne en maîtrise du produit au fil des pages, découvrant l'ensemble des fonctionnalités d'un Mac, apprenant à installer un périphérique, tout en repérant les plus intéressants, s'informant enfin sur les solutions de base destinées à parer les problèmes classiques pouvant perturber une utilisation régulière de la machine. (amazon.fr)

***Mac OS X 10.5 : Leopard in tasca*** / Luca Accomazzi, Lucio Bragagnolo - Milano : Apogeo, 2008 – pp. 229 (Pocket)

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura:BUL A 005.432 ACC MAC

Un manuale pratico e compatto per scoprire le potenzialità del nuovo sistema operativo Apple: Mac OS X 10.5, meglio conosciuto come "Leopard". Leopard da un lato migliora e raffina diverse caratteristiche del precedente Tiger, dall'altro introduce sostanziali innovazioni (come il nuovo sistema di back-up, Time Machine), su cui appunto si concentra questa guida tascabile. 240 pagine per entrare in confidenza con Leopard, scoprire i suoi segreti o trovare buoni motivi per passare al sistema Apple.

***Mac per negati*** / di Edward C. Baig - Milano : Oscar Mondadori, 2009 – pp. 395 (Oscar manuali)

LO-Biblioteca cantonale. Magazzini. Segnatura:BRLA 41450

Ecco il tuo passaporto per entrare in questa realtà davvero... mac-nifica! Una guida semplice, precisa ed affidabile, per scegliere il Mac che fa per te, familiarizzare con l'interfaccia ed esplorare tutte le possibilità offerte dal nuovo sistema operativo e dalle diverse applicazioni. Riuscendo a sopravvivere in un mondo "a finestre"... Impara come: - Acquistare il Mac adatto alle tue esigenze - Gestire il sistema Leopard - Installare i programmi gratuiti - Connetterti in rete, ricevere e inviare posta - Installare e utilizzare Windows sul tuo Mac (Editore)

***Morire per un iPhone : la Apple, la Foxconn e la lotta degli operai cinesi*** / Pun Ngai, Jerry Chan, Mark Selden ; a cura di Ferruccio Gambino e Devi Sacchetto - Milano : Jaca book, 2015 – pp. 269 (Attualità internazionale)

LO-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura:BCL 33

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura:BUL A 331.7610040951 NGA MOR

Negli scorsi 25 anni, più di 150 milioni di giovani migranti si sono mossi dalle campagne verso le periferie industriali della Cina. Per dimensioni e rapidità, una migrazione senza precedenti. Su imposizione dei giganti dell'industria globale, ossia dei committenti che hanno stretto accordi con fornitori cinesi, i lavoratori affrontano orari, ritmi di lavoro e condizioni di vita che non concedono respiro.

Sono in particolare i grandi marchi dell'elettronica che attingono al lavoro vivo di queste persone, con l'obiettivo di lanciare sul mercato nuovi prodotti a getto continuo. Qui si mette a fuoco il caso più eclatante: il legame della committente statunitense Apple con la cinese Foxconn. Entrambe hanno fondato le proprie fortune sul regime di fabbrica-dormitorio, destinato a lasciare tracce profonde nella società cinese e nel resto del mondo. Questo libro è il risultato di ricerche sulle vite e sulle aspirazioni dei migranti cinesi inurbati che lavorano per la Foxconn, e ancor più per la Apple, sulle lotte di giovani diventati adulti in fretta che raccontano in prima persona la loro situazione, cercando di rompere il loro isolamento sociale.

***Nell'acquario di Facebook : la resistibile ascesa dell'anarco-capitalismo*** / Ippolita - Milano : Ledizioni, 2012 – pp. 225

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura: BUL A 303.4833 IPP NEL

Facebook si avvia ad avere un miliardo di utenti. È uno straordinario dispositivo in grado di mettere a profitto ogni movimento compiuto sulla sua piattaforma. Nell'illusione di intrattenerci, o di promuovere i nostri progetti, lavoriamo invece per l'espansione di un nuovo tipo di mercato: il commercio relazionale. Nell'acquario di Facebook siamo tutti seguaci della Trasparenza Radicale: un insieme di pratiche narcisistiche e pornografia emotiva. Ci siamo sottoposti in maniera volontaria a un immenso esperimento sociale, economico, culturale e tecnico. L'anarco-capitalismo dei right libertarians californiani è il filo conduttore che ci permette di collegare Facebook ai Partiti Pirata europei, a Wikileaks. Gli algoritmi usati per la pubblicità personalizzata dai giganti della profilazione online, i nuovi padroni digitali (Facebook, Apple, Google, Amazon) sono gli stessi utilizzati dai governi dispotici per la repressione personalizzata. Nel nome della libertà di profitto. Tranquilli, nessun complotto: è solo il far west digitale.

***Passare a Mac : missing manual*** / David Pogue, Adam Goldstein - Milano : Tecniche Nuove, 2006 – pp. 500 (Missing manual)

LU-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura: LG 005.4 POGU 1

***Passare a Mac : tutto quanto serve e molto altro*** / Simone Gambirasio - Milano : U. Hoepli, 2008 – pp. 267 (Informatica)

LO-Biblioteca cantonale. Magazzini. Segnatura: BRLA 40378

Il mio primo Mac - Orientiamoci - Organizziamo i nostri documenti - Le applicazioni - Connettività - Il mondo di Internet - Un ufficio elegante - Un mondo multimediale - Account e condivisione - Cellulari & CO.: gli amici del Mac - Sicurezza - Manutenzione - Installiamo Windows su Mac.

***Promotional cultures : the rise and spread of advertising, public relations, marketing and branding*** / Aeron Davis - Cambridge : Polity, 2013- pp. 247

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura: BUL A 658.8 DAV PRO

In the twenty-first century, promotion is everywhere and everything has become promotable: everyday goods and organizations, people and ideas, cultures and futures. This engaging book looks at the rise of advertising, public relations, branding, marketing and lobbying, and explores where our promotional times have taken us. Promotional Cultures documents how the professions and practices of promotion have interacted with and reshaped so much in our world, from commodities, celebrities and popular culture to politics, markets and civil society. It offers a mix of historical accounts, social theory and documented case studies, including haute couture fashion, Apple Inc., Hollywood film, Jennifer Lopez, the Occupy movement, Barack Obama's election campaigns, news production and the 2008 financial crisis. Together, these show how promotional culture may be recorded, understood and interpreted. Promotional Cultures will appeal to students and scholars of media and culture, sociology, politics, anthropology, social and industrial history.

***Rete padrona : Amazon, Apple, Google & co. : il volto oscuro della rivoluzione digitale*** / Federico Rampini - Milano : Feltrinelli, 2014 – pp. 278 (Fuochi)

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB ic 316.42 RAMP

LO-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura:BCL 30

LU-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura:LG 303.48 RAMP 1

ME-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura:BCM 007.5 RAMP

"Mi trasferii a San Francisco nel 2000 per vivere nel cuore della Silicon Valley la prima rivoluzione di Internet. Ci ritorno oggi da New York e ho le vertigini, e un senso d'inquietudine. La velocità del cambiamento digitale è stata superiore a quello che ci aspettavamo e ormai la Rete penetra in ogni angolo della nostra vita: il lavoro, il tempo libero, l'organizzazione del dibattito politico e della protesta sociale, perfino le nostre relazioni sociali e i nostri affetti. Ma la Rete padrona ha gettato la maschera. La sua realtà quotidiana è molto diversa dalle visioni degli idealisti libertari che progettavano un nuovo mondo di sapere e opportunità alla portata di tutti. I nuovi Padroni dell'Universo si chiamano Apple e Google, Facebook, Amazon e Twitter. Al loro fianco, la National Security Agency, il Grande Fratello dell'era digitale.

E poi i regimi autoritari, dalla Cina alla Russia, che hanno imparato a padroneggiare a loro volta le tecnologie e ormai manipolano la natura stessa di Internet. Con questo libro vi porto in viaggio con me nella Rete padrona. È un viaggio nel tempo, per confrontare le speranze e i progetti più generosi di un ventennio fa con le priorità reali che plasmano oggi il mondo delle tecnologie. È un viaggio tra i personaggi che hanno segnato quest'epoca, da Bill Gates a Steve Jobs, a Mark Zuckerberg, e tra tanti altri profeti e visionari meno noti, che già stanno progettando le prossime fasi dell'innovazione."

***Retorica e business : intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale*** / Andrea Granelli, Flavia Trupia ; postfaz. di Ivan Lo Bello - Milano : Egea, 2014 – pp. 176 (Cultura e società)

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB ic 159.958 GRAN

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura:BUL A 658.45 GRA RET

La retorica - arte del dire o, meglio, del ben ragionare - è viva e sta benone. È anzi uno strumento ancor oggi efficacissimo, persino nell'agguerrito mondo del business. Enrico Mattei, Adriano Olivetti, Steve Jobs, Oscar Farinetti, ma anche papa Francesco, Angela Ahrendts e il consulente-tipo "alla McKinsey" sono gli esempi che ce lo dimostrano, eredi di Cicerone e autentici campioni della retorica contemporanea. Per essere ascoltati, per essere influenti e dunque convincenti, per sopravvivere e risolvere problemi: la retorica serve. I casi aziendali diventano una forma di storytelling, la convention uno strumento per emozionare e spingere all'azione, il punto vendita un espediente per parlare tramite i luoghi, mentre la manutenzione delle parole torna a vivificare i termini ormai logori dell'"aziendalese". Di fronte all'esplosione della multimedialità e della comunicazione digitale, tuttavia, competenza nella materia, pulizia nel ragionamento, chiarezza negli enunciati e dominio della lingua rischiano di apparire insufficienti. Per gestire l'abbondanza dei segnali e il grande rumore di fondo occorre affiancare alla via logica (convincere razionalmente) e a quella psicologica (persuadere emotivamente) una terza via: quella creativa, basata sulla capacità di dare corpo a ipotesi soltanto intuite.

***The art of social media : power tips for power users*** / Guy Kawasaki and Peg Fitzpatrick - London : Portfolio Penguin, 2014 – pp. 196

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura:BUL A 302.231 KAW ART

From Guy Kawasaki, the bestselling author of *The Art of the Start* and *Enchantment*, *The Art of Social Media* is a no-nonsense guide to becoming a social media superstar. By now it's clear that whether you're promoting a business, a product, or yourself, social media is near the top of what will determine your success or failure. And there are countless pundits, authors, and consultants eager to advise you. But there's no one quite like Guy Kawasaki, the legendary former chief evangelist for Apple and one of the pioneers of business blogging, tweeting, facebooking, tumbling, and much, much more. Now Guy has teamed up with his Canva colleague Peg Fitzpatrick to offer *The Art of Social Media* - the one essential guide you need to get the most bang for your time, effort, and money. With more than 100 practical tips, tricks, and insights, Guy and Peg present a ground-up strategy to produce a focused, thorough, and compelling presence on the most popular social-media platforms. They guide you through the steps of building your foundation, amassing your digital assets, going to market, optimizing your profile, attracting more followers, and effectively integrating social media and blogging.



For beginners overwhelmed by too many choices, as well as seasoned professionals eager to improve their game, *The Art of Social Media* is full of tactics that have been proven to work in the real world. Or as Guy puts it, "Great Stuff, No Fluff." Guy Kawasaki, who helped make Macintosh a house-hold name, now runs Garage Technology Ventures, a venture-capital firm. He has held his workshop, "Boot Camp for Start-ups," around the world. Kawasaki is the author of seven previous books, including *Art of the Start*, *Enchantment* and *Rules for Revolutionaries*.

***The humane interface : new directions for designing interactive systems*** / Jef Raskin - Boston [etc.] : Addison-Wesley, 2007 – pp. 233

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura:BUL A 004.019 RAS HUM

"Deep thinking is rare in this field where most companies are glad to copy designs that were great back in the 1970s. The Humane Interface is a gourmet dish from a master chef. Five mice!" --Jakob Nielsen, Nielsen Norman Group Author of *Designing Web Usability: The Practice of Simplicity* This unique guide to interactive system design reflects the experience and vision of Jef Raskin, the creator of the Apple Macintosh. Other books may show how to use today's widgets and interface ideas effectively. Raskin, however, demonstrates that many current interface paradigms are dead ends, and that to make computers significantly easier to use requires new approaches. He explains how to effect desperately needed changes, offering a wealth of innovative and specific interface ideas for software designers, developers, and product managers. The Apple Macintosh helped to introduce a previous revolution in computer interface design, drawing on the best available technology to establish many of the interface techniques and methods now universal in the computer industry. With this book, Raskin proves again both his farsightedness and his practicality.

***Tutto Mac for dummies*** / di Simone Gambirasio - Milano : U. Hoepli, 2015 – pp. 468 (For dummies)

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB st 65.011.56 GAMB

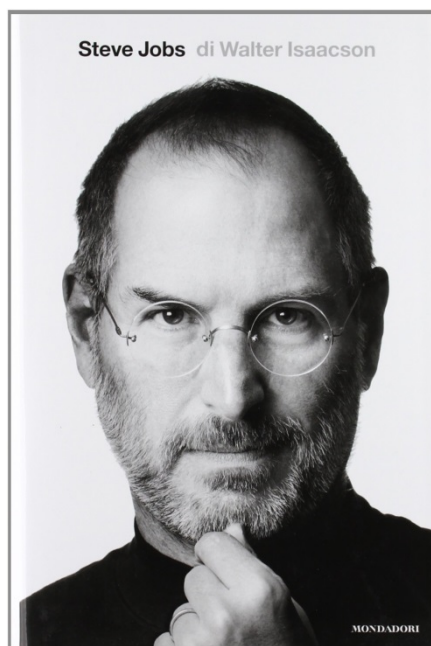
LO-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura:BCL 681.3

Hai scelto un Mac? Come telefono hai un iPhone? Per fare i tuoi acquisti usi iTunes? O magari hai un tablet iPad. Tutto Mac è il manuale che fa per te! Perché se Apple ha pensato ai suoi prodotti proprio per farli vivere in armonia, questo manuale ha tutto quello che serve, per insegnare non solo ad usare ciascuno di questi prodotti, ma anche a farli convivere al meglio sfruttando tutte le potenzialità della Mela. Sia che per chi sia appena entrato nel mondo Apple, sia per chi già possiede tutti gli ultimi gadget di Cupertino, qui c'è tutto quello che bisogna sapere per usare i diversi device nel migliore dei modi. (Editore)

***Watch what I do : programming by demonstration*** / ed. by Allen Cypher; co-ed. by Daniel C. Halbert ... [et al.] - Cambridge, Massachusetts [etc.] : MIT Press, 1994 – pp. 652

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura:BUL A 005.1 WAT

"First Workshop on Programming by Demonstration is held March 11-13, 1992 at Apple Computer Inc., Cupertino, CA"



## Steve JOBS

***Dopo Steve Jobs: come (non) sopravvivere a un genio*** / Iwatani Kane Yukari – Milano: Piemme, 2015 – pp. 468

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB in ordinazione

Quel mercoledì dell'ottobre 2011, sull'impero calò il silenzio. In tutto il mondo, gli Apple Store fecero uscire i clienti e chiusero le serrande. A Tokyo era notte, ma gli impiegati erano al negozio. Piangevano. Tutti raccolti davanti agli schermi per seguire i funerali di Steve Jobs. Oltre al dolore per la scomparsa del loro leader visionario, una domanda vorticava nelle loro menti, mentre i Coldplay chiudevano la cerimonia sulle note di Viva la vida. Cosa succederà adesso? Cosa succederà alla Apple è anche la domanda che scuote da allora i mondi degli affari e della tecnologia. La Apple è un osservato speciale, e il nuovo Ceo Tim Cook, successore di Jobs, ha dovuto raccogliere un pesante scettro. Ogni suo insuccesso viene letto come segnale di declino, e i successi vengono vivisezionati, in cerca della crepa che si aprirà per inghiottire quella che con Jobs è stata l'azienda dieci passi avanti al resto del mondo. A più di tre anni di distanza, questa inchiesta basata su cinque anni di ricerche e centinaia di interviste a ex dirigenti, soci d'affari e osservatori fornisce una lucida e sconvolgente analisi della situazione, svelandone retroscena e tensioni, e seminando il dubbio sugli effettivi successi del dopo-Jobs. (ibs.it)

***Contro Steve Jobs : la filosofia dell'uomo di marketing più abile del XXI secolo*** / Evgeny

Morozov ; trad. di Massimo Durante - Torino : Codice Edizioni, 2012 – pp. 102

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB bi 92 Jobs MORO

Sono dieci anni che la Apple colleziona un successo dopo l'altro. La società di Cupertino ha portato nelle case di milioni di persone non solo una tecnologia, ma anche uno stile di vita. Chi compra un MacBook, un iPad, un iPhone non sta solo comprando un computer, un tablet o uno smartphone; sta dichiarando un'appartenenza. Sta dicendo qualcosa di sé. Ma cosa c'è dietro questo successo? Cosa è riuscito a fare Steve Jobs che non sono riusciti a fare gli altri imprenditori? Evgeny Morozov, l'enfant terrible del web, ha affilato la sua penna, ha preso un bel respiro, e si è buttato a testa bassa contro i ritratti agiografici dedicati a Jobs che in questi ultimi mesi hanno popolato le librerie e internet. Un'analisi caustica e illuminante sul "miracolo Apple". "La domanda a questo punto sorge spontanea: Steve Jobs è stato un filosofo che ha cercato di cambiare il mondo, oppure è stato un genio del marketing, capace di trasformare una normale azienda produttrice di computer nell'oggetto di una vera e propria venerazione, mentre era indaffarato a regolare i conti con il passato e a nutrire il suo gigantesco ego?" (Editore)

***Essere Steve Jobs*** / Carmine Gallo - Milano : Sperling paperback, 2012 – pp. 266 (Superbestseller)  
LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura: BUL A 338.76213916092 GAL ESS

Fin dal lancio del primo, mitico Macintosh, nel lontano 1984, ogni intervento pubblico di Steve Jobs si trasforma in un evento memorabile. Che stia presentando il nuovo iPhone o tenendo un discorso a un gruppo di neolaureati, il genio di Apple riesce a elettrizzare la platea grazie a uno stile unico. Jobs non si limita a dare informazioni o a spiegare un nuovo prodotto, ma racconta una storia, pennella un'immagine, trasmette una visione, offrendo ai propri ascoltatori un'esperienza coinvolgente e indimenticabile. Non è un segreto per nessuno che il grande successo dell'azienda di Cupertino si debba anche (qualcuno dice soprattutto) alla straordinaria abilità comunicativa del suo capo. Ma è solo una questione di carisma e talento innati? Assolutamente no. Le abilità e le tecniche di Steve Jobs si possono imparare. In queste pagine l'autore, un esperto communication coach che da anni si dedica all'analisi delle sue presentazioni, illustra tutti i segreti che hanno fatto di Jobs il comunicatore più convincente dei nostri tempi. Un libro dedicato a chiunque desideri migliorare le proprie doti comunicative - dal CEO impegnato nel lancio di un nuovo prodotto, all'insegnante che voglia coinvolgere i propri studenti, a chi sia semplicemente interessato a "vendere bene" se stesso e, insieme, una lettura imperdibile per tutti i fan della mela morsicata e del suo guru.

***iCon : Steve Jobs, the greatest second act in the history of business*** / Jeffrey S. Young, William L. Simon - Hoboken, N.J. : Wiley, 2005 – pp. 359

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura: BUL A 338.76213916092 YOU ICO  
iCon takes a look at the most astounding figure in a business era noted for its mavericks, oddballs, and iconoclasts. Drawing on a wide range of sources, Jeffrey Young and William Simon provide new perspectives on the legendary creation of Apple, detail Jobs's meteoric rise, and the devastating plunge that left him not only out of Apple, but out of the computer-making business entirely. This unflinching and completely unauthorized portrait reveals both sides of Jobs's role in the remarkable rise of the Pixar animation studio, also recreates the acrimony between Jobs and Disney's Michael Eisner, and examines Jobs's dramatic rise from the ashes with his recapture of Apple. The authors examine the takeover and Jobs's reinvention of the company with the popular iMac and his transformation of the industry with the revolutionary iPod. iCon is must reading for anyone who wants to understand how the modern digital age has been formed, shaped, and refined by the most influential figure of the age—a master of three industries: movies, music, and computers. (Amazon.co.)

***Il codice delle invenzioni : da Leonardo da Vinci a Steve Jobs*** / Massimo Temporelli - Milano : U. Hoepli, 2011 – pp. 263

LO-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura: BCL 6(09)  
Anche se fortemente imparentata con l'ingegneria e le scienze più razionali, l'invenzione ci appare ancora oggi come un processo misterioso, quasi magico. Come per la magia, anche nel mondo dell'invenzione, la creazione del nuovo, del mai visto, dell'inaspettato, colpisce e spiazza il senso comune: da dove viene l'idea, qual è il trucco che la rende possibile? E così, gli inventori, oggi come nel passato, vengono percepiti come veri e propri maghi, a volte relegati dalla storia in ruoli da avanspettacolo e poi dimenticati, a volte celebrati come moderni eroi sul palcoscenico dell'innovazione. Questo libro, grazie a esempi concreti e a una accurata narrazione, svela alcuni 'trucchi' dell'affascinante e complesso processo dell'invenzione e spiega come è mutata negli ultimi secoli la percezione sociale dell'inventore, da Leonardo da Vinci a Steve Jobs, passando attraverso le avvincenti biografie di James Watt, Guglielmo Marconi e Thomas Alva Edison. Questo volume è stato realizzato con la collaborazione del Museo nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo Da Vinci. (ibs.it)

**Lezioni di strategia. Cinque regole senza tempo da Bill Gates, Andy Grove e Steve Jobs** / Michael A. Cusumano, David Yoffie – Milano: Hoepli, 2015 – pp. 242

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB vpve 658 YOFF

Da quasi trent'anni David Yoffie e Michael Cusumano studiano i tre leader, Gates, Grove e Jobs, e le loro aziende, e in questo libro rivelano come abbiano adottato un approccio analogo per strategia ed esecuzione, differenziandosi però dalla concorrenza grazie alla focalizzazione su cinque regole: Guardare avanti, ragionare a ritroso: dopo aver deciso dove volevano che le loro aziende si trovassero in futuro, hanno ragionato "all'indietro" per identificare i passi da compiere in vista di quel traguardo. Scommettere in grande, ma senza mettere a rischio l'azienda: i tre Ad hanno accettato enormi scommesse strategiche, ma raramente hanno esposto a rischi eccessivi la redditività delle loro aziende. Costruire piattaforme ed ecosistemi: i leader dell'alta tecnologia hanno costruito piattaforme di settore che stimolassero altre aziende a creare prodotti e servizi complementari che incrementino il valore della piattaforma. Sfruttare il vantaggio e la forza: Gates, Grove e Jobs sono riusciti a trasformare i punti di forza degli avversari in talloni d'Achille; e a schiacciare la concorrenza facendo leva sulle proprie ingenti risorse (dopo averle accumulate). Plasmare l'azienda intorno alla propria "ancora" personale: la competenza di Gates sul software, la devozione di Grove per la disciplina dei processi, l'ossessione di Jobs per il design: i tre Ad hanno incentrato le proprie aziende sui loro punti di forza, compensando al contempo i loro punti deboli. (Editore)

**Mr. Steve Jobs : sognatore di computer** / Gianluca Cuozzo - Milano : Mimesis, 2013 – pp. 69  
(Eterotopie ; N. 143)

LO-Biblioteca cantonale. Magazzini. Segnatura:BRLA 58782

Steve Jobs, ideatore del nuovo "Rinascimento del design industriale", nonostante nutrisse una fiducia sconfinata nel concepire nuovi gadget di tendenza, era ossessionato dalla "giovinezza, che si fugge tuttavia". La vita scorre troppo in fretta, occorre realizzare all'istante i propri progetti finché si hanno la forza e la freschezza necessarie per cambiare il mondo. Anche la tecnologia invecchia precocemente: "Non credo che tra vent'anni saremo in grado di avviare un computer di oggi". L'unico modo di arginare questo processo, che produce obsolescenze e spazzatura, è fingere di abbandonare la scena del mondo con un pizzico di malinconia; e poi, quando tutto sembra scivolare inesorabilmente verso la fine, tornare sui propri passi e pronunciare il fatidico "but there's one more thing": un nuovo prodotto, svelato al pubblico come una sacra reliquia protetta dal suo telo nero, è già pronto a conquistare la scena del mondo. E la corsa contro il tempo ricomincia... (ibs.it)

**Nella testa di Steve Jobs** / Leander Kahney - Milano : Sperling & Kupfer, 2009 – pp. 254 (E & M Economia e Management)

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB bi 92 Jobs KAHN

Dagli anni Settanta a oggi Steve Jobs ha rivoluzionato l'informatica, il cinema d'animazione e la musica digitale con creazioni che non sono solo campioni di vendite, ma veri e propri oggetti di culto. Non c'è quindi da stupirsi se molti lo venerano come un dio. Oltre che per le geniali intuizioni, Jobs è famoso per la personalità a dir poco difficile: grandissimo egocentrico, fanatico del controllo, autentico sociopatico, di lui si è detto questo e altro. Ma chi è il vero Steve Jobs? Qual è il segreto del suo successo? Questo libro lo spiega addentrando nella mente del "papà" del business più clamoroso dei nostri tempi. Jobs è uno spirito elitario ma i suoi prodotti sono "a prova di stupido".

È pessimo nel gestire i rapporti umani, eppure riesce a circondarsi dei migliori collaboratori di caratura internazionale. Si professa buddista e antimaterialista ma sforna oggetti di massa dalle fabbriche asiatiche e li promuove grazie a un'impareggiabile padronanza dello strumento di comunicazione più "grossolano", la pubblicità. Da questa lunga serie di contraddizioni Jobs ha tratto una filosofia di business che ha portato la sua azienda a conquistare impensabili traguardi in nuovi mercati, attraverso una reale pratica dell'innovazione. Dalla nascita del primo Mac a quella dell'I-Phone, l'autore ripercorre le tappe della vita professionale e privata di Steve Jobs, in una biografia che è anche fonte di spunti per creare il proprio stile di management vincente. (amazon.it)

***Nightly business report presents lasting leadership : what you can learn from the top 25 business people of our times*** / Mukul Pandya and Robbie Shell - Upper Saddle River, N.J. : Wharton School Pub., cop. 2006 – pp. 274

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura: BUL A 658.4092 PAN LAS

Discover the attributes of the 25 greatest business leaders and how they can enhance your own leadership. Two of the world's leaders in business knowledge and insight come together to select and profile the 25 most influential businesspeople of the past quarter century. The team: Nightly Business Report, the United States' #1 daily TV business news program, and Knowledge@Wharton, The Wharton School's online journal of research and business analysis. The book's incisive profiles show exactly how each business leader became so influential. They teach lessons you can use to discover, refine, and nurture your own leadership style - and gain powerful influence in your own career. You'll gain new insights into familiar faces (Jack Welch, Lou Gerstner, Bill Gates). But you'll also gain greater appreciation for less heralded individuals -- from Mary Kay's Mary Kay Ash to Mohammed Yunus, whose 'microlending' revolution is helping millions of poor people around the world transform themselves into entrepreneurs. The full list: Andy Grove; Bill Gates; John Bogle; Steve Jobs; Warren Buffett; Herb Kelleher; Sam Walton; Jack Welch; Jeff Bezos; Mary Kay Ash; Michael Dell; Peter Drucker; Alan Greenspan; Oprah Winfrey; George Soros; James Burke; Lee Iacocca; Peter Lynch; Frederick Smith; Mohammed Yunus; Ted Turner; Lou Gerstner; Charles Schwab; Richard Branson; and William George. No other book offers this much actionable insight into this many extraordinary business leaders.

***Retorica e business : intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale*** / Andrea Granelli, Flavia Trupia ; postfaz. di Ivan Lo Bello - Milano : Egea, 2014 – pp. 176 (Cultura e società)

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura: BCB ic 159.958 GRAN

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura: BUL A 658.45 GRA RET

La retorica - arte del dire o, meglio, del ben ragionare - è viva e sta benone. È anzi uno strumento ancor oggi efficacissimo, persino nell'agguerrito mondo del business. Enrico Mattei, Adriano Olivetti, Steve Jobs, Oscar Farinetti, ma anche papa Francesco, Angela Ahrendts e il consulente-tipo "alla McKinsey" sono gli esempi che ce lo dimostrano, eredi di Cicerone e autentici campioni della retorica contemporanea. Per essere ascoltati, per essere influenti e dunque convincenti, per sopravvivere e risolvere problemi: la retorica serve. I casi aziendali diventano una forma di storytelling, la convention uno strumento per emozionare e spingere all'azione, il punto vendita un espediente per parlare tramite i luoghi, mentre la manutenzione delle parole torna a vivificare i termini ormai logori dell'"aziendalese". Di fronte all'esplosione della multimedialità e della comunicazione digitale, tuttavia, competenza nella materia, pulizia nel ragionamento, chiarezza negli enunciati e dominio della lingua rischiano di apparire insufficienti. Per gestire l'abbondanza dei segnali e il grande rumore di fondo occorre affiancare alla via logica (convincere razionalmente) e a quella psicologica (persuadere emotivamente) una terza via: quella creativa, basata sulla capacità di dare corpo a ipotesi soltanto intuite.

***Steve Jobs*** / Walter Isaacson - Milano : Mondadori, 2011 – pp. 642 (Ingrandimenti)

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura: BCB bi 92 Jobs ISAA

LO-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura: BCL 929 JOBS

LU-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura: LG 338.7 ISAA 1

ME-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura: BCM 007.5 ISAA

Basandosi su più di quaranta interviste con Steve Jobs in oltre due anni, e su più di cento con i suoi familiari, amici, rivali e colleghi, Walter Isaacson racconta l'avvincente storia del geniale imprenditore la cui passione per la perfezione e il cui carisma feroce hanno rivoluzionato sei settori dell'economia e del business: computer, cinema d'animazione, musica, telefonia, tablet ed editoria digitale. Mentre tutto il mondo sta cercando un modo di sviluppare l'economia dell'era digitale, Jobs spicca come massima icona dell'inventiva e dell'immaginazione, perché ha intuito in anticipo che la chiave per creare valore nel ventunesimo secolo è la combinazione di creatività e tecnologia, e ha costruito un'azienda basata sulla connessione tra geniali salti d'immaginazione e riconosciute invenzioni tecnologiche. Sebbene abbia collaborato attivamente per questo libro, Jobs non ha chiesto nessun controllo sul testo né ha preteso il diritto di leggerlo prima della pubblicazione.

Non ha posto nessun filtro, anzi ha incoraggiato i suoi conoscenti, i familiari, gli antagonisti a raccontare onestamente la verità. E lo stesso Steve Jobs parla candidamente, talvolta in maniera brutale, dei colleghi, degli amici e dei nemici, i quali, a loro volta, ne svelano le passioni, il perfezionismo, la maestria, la magia diabolica e l'ossessione per il controllo che hanno caratterizzato il suo approccio al business e i geniali prodotti da lui creati. Ispirato dai suoi demoni, Jobs sarebbe potuto cadere nell'ira e nella disperazione. Ma la sua personalità e i suoi prodotti erano una sola cosa, esattamente come l'hardware e il software di Apple, parti di un sistema integrato.

***Steve Jobs [Videoregistrazione] : l'intervista perduta*** / Paul SenMilano : Feltrinelli, 2012 - 1 DVD-video (70 min.) : colore + 1 vol. (p. 77)

BZ-Biblioteca cantonale. Servizio audiovisivi. Segnatura:BCB 92 Jobs SEN

LU-Biblioteca cantonale. Mediateca. Segnatura:LGM 920 JOBS 1

Settanta minuti di intervista esclusiva e inedita a Steve Jobs in un momento chiave della sua vita. Per rivivere la nascita di un sogno. La prima cosa è unire i puntini della vostra vita. Quando riuscirete a farlo, sarete arrivati. Steve Jobs "Siate affamati, siate folli," diceva più o meno Steve Jobs in quello che oggi è un mantra per milioni e milioni di suoi fan, seguaci di un marchio che in meno di quarant'anni è diventato il simbolo di uno stile di vita seguito ai quattro angoli del globo. Steve Jobs. L'intervista perduta è un reperto che riemerge dopo vent'anni di oblio, la preziosa possibilità di spingere il tasto rewind e rivivere la nascita di un sogno, quello di un ventenne californiano che in un garage di Cupertino, nel cuore degli anni settanta, ha visto il futuro che noi tutti oggi viviamo. Perché vivere vuole anche dire rifiutare l'ovvio, e cercare sempre qualcosa di più bello di quello che già si possiede. Il libro. L'intervista, con una introduzione di Riccardo Staglianò. Riemerge fortunatamente da un garage un'intervista del 1995 a Steve Jobs, raccolta in un momento chiave della sua vita e della sua carriera: sono trascorsi dieci anni dalla sua tumultuosa uscita da Apple e di lì a poco vi farà rientro. Uno sguardo quasi archeologico sugli albori di Jobs, di Apple e dell'informatica e una visione nitida sul suo futuro. Che è il nostro oggi. (Editore)

***Steve Jobs : l'uomo che ha inventato il futuro*** / Jay Elliot, William L. Simon - Milano : Editore Ulrico Hoepli, 2011 – pp. 237

BZ-Biblioteca cantonale. Lettura. Segnatura:BCB bi 92 Jobs ELLI

LO-Biblioteca cantonale. Magazzini. Segnatura:BRLA 46716

LU-Biblioteca universitaria. Biblioteca. Segnatura:BUL A 338.76213916092 ELI STE

ME-Biblioteca cantonale. Libero accesso. Segnatura:BCM 007.5 ELLI

Dalle riunioni con gli sviluppatori ai laboratori di design, dalle prove di forza con il consiglio di amministrazione al mondo fuori dalla Silicon Valley, la storia autentica di un "ragazzo prodigio" che ha trasformato la tecnologia e il mondo in cui viviamo, il nostro modo di lavorare, divertirci e comunicare. Scritto da persona che lo conosce da oltre trent'anni e con interviste esclusive a molti protagonisti della storia della Apple, non è solo un ritratto di Jobs ma anche un'analisi approfondita del suo approccio al business e alla conduzione aziendale. Dall'Apple II al MacIntosh, la drammatica caduta in disgrazia di Jobs e il suo ritorno al timone della Apple, fino alla Pixar, all'iPod, all'iPhone e all'iPad e molto altro: questo libro ripercorre con esempi concreti i trionfi e le battute d'arresto di Jobs, mostrando al lettore come applicare gli stessi principi alla propria vita e carriera. Una biografia che si concentra sull'analisi dello stile di management del capo della Apple, che ha generato ondate di innovazione capaci di rivoluzionare interi settori economici. È difficile immaginare di compiere azioni ormai quotidiane come ascoltare la musica mentre camminiamo per strada, telefonare, goderci un film animato che affascina gli adulti quanto i bambini, o usare un personal computer, senza il coefficiente di genialità che Steve Jobs ha introdotto in questi ambiti. Una biografia per capire il fenomeno Apple e "diventare come Steve".

***Steve Jobs [Videoregistrazione] : one last thing*** / [regia di Mimi O'Connor] - [S.l.] : Cinehollywood, 2013 - 1 DVD-video (60 min.) : colore

LO-Biblioteca cantonale. DVD a libero accesso. Segnatura:BCL DVD 11737 Documentario

Steve Jobs ha cambiato le nostre vite. Geniale, ma dal carattere difficile; determinato, ma al tempo stesso sprezzante, Jobs ha rappresentato il prototipo dell'imprenditore "visionario", di colui che, seguendo un'idea, è stato capace di sconfiggere concorrenti più forti, convenzioni radicate, investitori riluttanti. (ibs.it)

**Steve Jobs [Videoregistrazione] : the man in the machine** / written and directed by Alex Gibney - [S.I.] : Universal Pictures, 2015 - 1 DVD-Video (128 min.) : colore  
LO-Biblioteca cantonale. BD a libero accesso. Segnatura:BCL BD 1063 Documentario.  
LU-Biblioteca cantonale. Mediateca. Segnatura:LGM 920 JOBS 2  
Un ritratto asciutto e penetrante sulla vita e l'eredità di un iconoclasta coraggioso, brillante e talvolta spietato, un uomo venerato dalle masse e compianto dal giorno della sua morte: Steve Jobs.

***Non sono stati segnalati documenti relativi ai vari programmi e applicazioni Apple e Mac. Ecco i titoli disponibili:***

- Objective-C : il primo passo per creare applicazioni per iPhone, iPad, Mac
- Mac OS X Lion : [scoprire le funzionalità di OS X 10.7, imparare a sfruttare le potenzialità del sistema operativo Apple]
- Mac OS X Lion : la grande guida
- Mac OS X : Snow Leopard
- iPhone e Mac coppia perfetta : le opzioni di sincronizzazione dell'iPhone, le funzioni avanzate, l'integrazione con il Mac e con la piattaforma Apple, le App di terze parti per la produttività e la comunicazione
- Mac OS X 10.5 : Leopard in tasca
- Il libro del wireless : [per Windows, Unix/Linux e Mac]
- iPod e iTunes : per Windows e Mac : [il modo Apple di mettersi in tasca musica, video, foto e molto altro]
- Mac OS X Leopard
- Mac OS X server essentials
- Mac OS X system administration
- First bite 3 : [das kompakte Mac-Praxisbuch für Architektur, Design, Grafik und Film]
- Mac OS X Tiger for Unix geeks
- Mac OS X Tiger
- Learning UNIX for Mac OS X Tiger : [unlock the power of UNIX]
- Mac OS X Tiger pocket guide
- Mac OS X Jaguar : il manuale che non c'è... e che avresti voluto trovare nel software
- iLife con un clic
- Imparare Mac® OS X in 24 ore
- Il terminale e Unix per Mac OS X
- Dreamweaver MX in easy steps : [for Windows and Mac]
- Fotografia digitale : per utenti Mac e PC