



multimedia

INDIRIZZO ELETTRONICO: multimedia@mlink.it

MUSICA. Se ne vanno dalla rete i siti della musica alternativa e arrivano i grandi distributori

La musica è già finita? Domanda retorica: no, ovviamente. La musica on line è dappertutto, riempie la rete, la fa discutere, in qualche modo dà vita. Per dirla una, Wired calcolava che il 36 per cento dei siti Web è dedicato ai suoni e ai suoi protagonisti. La domanda iniziale, però, un qualche senso ce l'ha. Questo: all'inizio del boom della telematica, diciamo fine 1994, la grande utopia della Rete aveva «contagiato» anche l'ambiente musicale. Quella grande utopia che faceva parlare di democrazia elettronica, di partecipazione totale, di nuovi mercati non regolati solo dai soldi. Utopie vicine all'immaginario del «popolo musicale». Quello che denuncia i condizionamenti delle major discografiche sulle scelte degli artisti, che continua a parlare di business che penalizza la qualità.

A questi, a questo «popolo», Internet è sembrata all'inizio una sorta di comunità di Robert Owen, di utopia realizzata. Chi produceva musica, e non aveva magari solo perché non voleva - un contratto con una casa discografica, avrebbe potuto mettere in linea i propri file musicali. Far ascoltare i *promo* e soprattutto avrebbe potuto vendere direttamente. Realizzando il sogno di tutti i fruitori e di gran parte dei musicisti: saltare l'intermediazione della distribuzione. Quell'utopia sembrava a portata di mano. Qualcuno provò anche ad organizzarla. L'esempio di IUMA lo conoscono tutti. La sigla sta per Internet Underground Music Archive. Lì, in quello spazio su Internet, tutte le *garage band* avrebbero potuto farsi conoscere, vendere la propria musica, discutere con chi li ascolta.

Per provarci, ci si è provato. Iuma è andata avanti (la si trova al <http://uk.iuma.com>), un po' di paura alle major del settore l'ha provocata. Ma ora è tutto fermo: la pagina Web si apre con un menù che offre sedici promozioni. L'ultimo, però, è stato inserito un anno e due mesi fa: 345 kilobyte per uno splendido «assaggio» di un brano di Franklin Bruno, che è stato il chitarrista di un altrettanto splendido gruppo, i *Nothing Painted Blue*, mai arrivati agli onori delle riviste patinate.

Ma Franklin Bruno, proprio come la sua ex band, continuerà a non avere il privilegio delle prime pagine. Troppo più sofisticati, troppo più avanti tecnologicamente, troppo più accattivanti i grandi siti commerciali presenti in rete. E così Michael Goldberg, l'ideatore di Iuma, s'è allestito un altro suo «spazio»: *Addicted To Noise*. È uno dei migliori siti musicali, sicuramente fra i più seri, con molte informazioni, interviste vere, critiche musicali. Ma per Franklin Bruno lì non c'è spazio, visto che le pagine sono quasi tutte occupate dai Metallica, da Bryan Adams e da tanto, troppo



Un disegno di Marco Petrella

Ma Alice non abita più qui

luma, il primo sito musicale underground su internet è moribondo. Si è trasformato in un grande negozio virtuale e le *garage band* che lo popolavano non hanno più un luogo dove farsi conoscere. Le major discografiche hanno impegnato tutte le loro risorse per battere l'utopia in rete. Anche creando bellissimi siti ufficiali. E chi vuole vendere la musica in rete, compresa quella «ufficiale», non riesce a far quadrare i conti.

STEFANO BOCCONETTI

BritishPop, proprio come vuole il mercato ufficiale.

C'è anche chi ha provato a fare qualcosa in più. *Cerberus Digital Juice-box* (<http://www.cerberus.sco.uk>). In questo caso il progetto è molto più ambizioso: fare tutto in rete. Così: nei suoi studi di registrazione londinesi la Cerberus produce diverse band. Ma il prodotto finito è un file, da immettere in rete. Chi vuole, lo compra solo così e se lo scarica nel proprio hard disk. Poi, coi normali programmi, se lo ascolta. O se vuole ne fa un CD-ROM. Agli utenti, a casa, la Cerberus fornisce un software particolare, necessario per prelevare i file ma che impedisce di trasferirli ad un altro computer. Insomma un prodotto musicale lo acquisti, lo senti ma non lo puoi diffondere ad altri. Ed in questo modo ci guadagna anche l'artista.

La Cerberus ha preso contatti

(missione) sono costate tanto. Oggi la Cerberus è in crisi: il rapporto fra investimenti e ricavi è drammaticamente in rosso.

L'utopia sembra già al tramonto. Perché? Perché la musica on line è digitale e quindi riproducibile perfettamente uguale a sé stessa all'infinito. Ed ancora: perché in rete, per ascoltare la musica non c'è bisogno di un supporto, sia esso un lettore di cd o un giradischi. C'è bisogno solo dei programmi, tutti gratis o giù di lì. E a poco è servita l'autoregolamentazione della rete stessa. Adirittura più feroce di quella che si sono date le major. Per capire: nelle grandi aree di discussione telematica (le *newsgroup*) c'è una regola, scritta in alcuni casi, sottintesa in altre. Quando fra appassionati ci si scambia file musicali, presi da dischi «ufficiali», non bisogna mai superare i trenta secondi. Mettiamo il caso: in Nuova Zelanda *The Ghost of Tom Joad* uscirà fra sei settimane? Te ne mando un brevissimo pezzetto in formato «au», visto che qui da me l'album è già uscito. Un pezzetto, però: mai più di 30 secondi. Ma neanche questa autoregolamentazione che si sono date le major interviene nelle discussioni, «indagando» sulla provenienza di file musicali. E così Iuma langue e Cerberus è in crisi. Fine dell'utopia?

con le major, in modo che attraverso questo sito sia possibile comprare musica anche di musicisti affermati, che hanno già un contratto. Certo, ci sono anche delle piccole ingenuità: per fare un esempio, qui si possono acquistare singoli brani, invece di un album completo, come se l'opera di un musicista potesse essere spezzettata. Ma forse questo è solo un escamotage per superare le carenze infrastrutturali: un CD oggi contiene 600 megabyte. Trasferirlo via modem con gli attuali collegamenti telefonici richiederebbe, diciamo, un giorno e mezzo, due.

Comunque sia, anche la Cerberus oggi langue. Il progettare quei particolari software (il sistema per la tutela dei brani acquistati, quello per il criptaggio delle carte di credito, quello per girare subito agli autori le royalties), le strutture necessarie (le sale di in-

CD STORE

Con gli acquisti on line si risparmia la metà

Vendita di compact disc e di lp (qualcuno ancora li fa). È qui che Internet riserva le novità più rilevanti, soprattutto perché attraverso la rete si può risparmiare. Vediamo. Uno dei primi, storici siti sul web è il più grande negozio di musica al mondo «Cd Now» (all'indirizzo: <http://www.cdnow.com>).

Qui ci sono a disposizione qualcosa come 800 mila titoli. Inutile cercare rarità o produzioni fuori mercato. Qui c'è il prodotto tradizionale, ma c'è tutto. E, soprattutto all'ascoltatore italiano, conviene. In questi giorni s'è parlato molto di un possibile aumento in Italia del prezzo del Cd. Notizia smentita dalla Sony e dalle altre almeno per ora. Nel senso che probabilmente il rincaro slitterà un po' più in là. In ogni caso, oggi un Cd costa sulle 35 mila lire. Diecimila lire in più se è importato.

Bene, su «Cdnw» si spende quasi la metà. Un esempio? Il primo disco dei Collectif Soul, la macchina-rock che tutti hanno imparato a conoscere l'anno scorso col concerto di Woodstock. Da noi costa ancora 33 mila lire. Su «Cdnw» 11 dollari, meno di

17.000 lire. Ancora: se si fanno acquisti multipli - per esempio, più di tre compact - ci sono altre offerte. Se si superano i dieci compact non ci sono più neanche le spese di spedizione. Nemmeno dall'America all'Europa. Tempi di attesa? Una settimana, dieci giorni (che sono gli stessi se si fa un acquisto postale in Italia).

E poi? E poi c'è «Gemm». È una pagina Web che si raggiunge all'indirizzo <http://gemm.com>. Non è un vero e proprio negozio o meglio non solo. Nel senso che lì ci sono tutte le informazioni su tutti i musicisti (sterminate anche quelle relative ai rocker meno noti). Su ciascuno c'è una discografia completa. Una parte dei Cd o dei dischi (qui si trova anche vinile) lo si compra direttamente dalla Gemm. Altrimenti la pagina Web ti rimanda ad altro negozio o direttamente alla casa produttrice. Un'avvertenza, però: per ogni autore c'è una raccolta completa di «chicche» e rarità, introvabili. Se fate sul serio rischiate, con un'ora di navigazione, di lasciarvi lo stipendio.

□ S.B.

#260 Questa segnalazione riguarda una pagina, dove c'è tanta musica, ma non solo. Il sito è quello della «Rock.Net». Qui, un po' come avviene su Iuma, si possono trovare, a parte i grandi nomi, anche piccole band che hanno messo in rete i propri file per farsi conoscere e vendere i propri prodotti. La segnalazione, però, non riguarda solo quest'aspetto. Su «Rock.net», infatti, da una decina di giorni si può trovare una vera e propria chicca. È un album inciso da Timothy Leary, il guru della Beat Generation, amico di Ferlinghetti e di tanti altri, morto poco tempo fa. Assieme all'amico Simon Stokes ha inciso qualche brano e qui lo si può non solo comprare ma ascoltare. Vale la pena una visita solo per questo, visto che il resto della pagina (sia come impostazione che come grafica) non ha moltissimo di originale.

#261 Sei un appassionato di rock? L'ascolto di un compact non ti basta e vorresti ascoltare il musicista che ti piace dal vivo? Ora c'è il sito giusto: si chiama Wilma. Che è una sigla per: Worldwide Internet Live Music Archive.

A questa pagina, una volta che ci si è iscritti all'Intergalactic Freak Club si potrà accedere a tutti gli strumenti di ricerca. Che sono attivabili per sapere come e dove un certo musicista suonerà dal vivo. Naturalmente, a parte alcuni grandi appuntamenti - come quello di quest'estate a Pistoia con Dylan e Joe Ely - le date riguardano quasi esclusivamente tour americani. Ma molti fan non si perdono certo d'animo se c'è da superare l'Oceano.

#262 Non solo rock. La rete da tempo parla anche il linguaggio della musica nera e della sua espressione più colta, l'hip hop. Ed allora uno dei siti migliori da visitare è sicuramente quella della Sewa Side. Grafica da muraless newyorkesi, slogan molto radicali, immagini che affluiscono a ritmi rap. Tutto qui, insomma, parla di culture del ghetto, parla di marginalità, di lotte per l'integrazione. C'è anche tanta musica. Anche questa (laddove ci sono i testi) assai radicale.

<http://www.users.interport.net/tilde/gbshop/main.html>

Metà provvigioni per i biglietti venduti in rete

I primi effetti del commercio elettronico si fanno sentire sulle agenzie di viaggio. Le compagnie aeree Northwest Airlines e la KLM hanno infatti deciso di dimezzare le commissioni pagate alle agenzie che vendono biglietti tramite Internet, portandola dal 10 al 5 per cento del prezzo del biglietto.

"La vendita per via elettronica comporta dei risparmi, e anche noi vogliamo la nostra giusta quota di risparmio" ha affermato un portavoce della Northwest alle obiezioni delle agenzie che utilizzano la rete per vendere biglietti aerei. In risposta, PC Travel, un'agenzia in rete, ha già deciso di sospendere la vendita di biglietti delle due compagnie.

E Internet diventerà un mega Cd

L'arrivo delle nuove versioni di Microsoft Internet Explorer e Netscape Navigator ha fatto entrare la rete in una dimensione concretamente multimediale, interattiva, mobile. A compiere il miracolo sono delle applicazioni che si «aggiungono» al browser e gli danno funzionalità altrimenti irraggiungibili. Oramai ce ne sono per ogni genere di funzionalità, dal video alla musica.

Per quanto riguarda l'audio, pionieri della trasmissione in rete sono stati gli inventori di RealAudio (<http://www.realaudio.com>) con il loro server dedicato. RealAudio ha aperto la strada a tutta una serie di applicazioni che hanno radicalmente cambiato la faccia della rete. Oggi è possibile sentire attra-

TONI DE MARCHI

verso Internet i GR italiani mentre vanno in onda, ed altrettanto si può fare con centinaia di altre stazioni radio di tutto il mondo. In questi giorni Progressive Networks, produttore di RealAudio, ha messo in vendita un software «client», che viene cioè installato sul computer ricevente, denominato RealAudio Plus. Lo si può comperare direttamente on line, pagando meno di trenta dollari e scaricandolo sul proprio computer. Oltre ad una serie di caratteristiche che lo rendono più facilmente utilizzabile delle versioni gratuite in distribuzione, è capace di restituire audio di buona qualità anche con

una connessione a 14,4 kbit al secondo.

È noto però che la qualità dell'audio possibile con RealAudio e con gli altri software oggi disponibili non è certo ai livelli di quella di un CD o anche soltanto di una cassetta registrata.

È chiaro che la prossima frontiera, è invece proprio questa: riuscire ad ottenere da un computer collegato alla rete un audio di buona, se non di alta, qualità.

Il problema è duplice: da un lato bisogna creare dei software capaci di comprimere i dati in modo efficiente. I file audio occupano molto spazio, troppo per poter es-



sere usati, soprattutto in rete, così come sono. Bisogna «stringerli» prima di trasmetterli, e decomprimerli appena giunti a destinazione. Dall'altro bisogna disporre di quella che si chiama comunemente «banda», ovvero linee capaci di trasmettere grandi quantità di

Macromedia (<http://www.macromedia.com>) ha appena messo in rete nel suo sito la nuova versione di Shockwave, ottimizzata per l'audio. Usando Director o SoundEdit si possono produrre file audio con compressioni che vanno da 11:1 (per avere una qualità vi-

cina a quella del CD) a 176:1 (soprattutto per la voce). Alcuni interessanti esempi di quello che può fare la nuova tecnologia si trovano al sito di Macromedia.

Ma il futuro (prossimo) sembra promettere di più, molto di più. Narrative, una società statunitense creata da pochi mesi, ha infatti messo a punto un nuovo software per la diffusione in rete di audio e video di alta qualità capace di funzionare anche con le linee telefoniche esistenti e con gli attuali modem. Pare sia capace di diffondere audio in tempo reale con la stessa qualità di un normale CD. Da provare collegandovi a <http://www.narrative.com>.