

La CLASSICA eseguita dai più grandi interpreti del nostro secolo

CLIFFORD CURZON

in edicola il cd con l'Unità a € 5,90 in più

16
lunedì 23 ottobre 2006

Unità
10
IN SCENA

La CLASSICA eseguita dai più grandi interpreti del nostro secolo

CLIFFORD CURZON

in edicola il cd con l'Unità a € 5,90 in più

Food

«FOOD», «RED CARPET», «POPOLARE»: ALLEGRO GLOSSARIO DI UNA FESTA APPENA CONCLUSA

Piccolo glossario della appena conclusa Festa del Cinema di Roma. Poiché le parole trascinano un valore simbolico ben più ampio e complesso dei loro sensi affioranti, ecco una radiografia allegra e spensierata del linguaggio dell'evento romano. 1) Food: il primo a usare la traduzione anglofona di «cibo» durante la Festa è stato il suo chef, Bettini. Lo ha fatto in scioltezza, come si usa quando si devono introdurre adeguamenti techno-modernisti in un vocabolario quotidiano che si intende sprovincializzare. Il fatto è che Roma non è una banale provincia, è il cuore imperiale di tutte le province del mondo; in questo



contesto, è proprio il tentativo di adottare il termine «food» a odorare di un'acqua di colonia di periferia. 2) Red Carpet: come sopra. Vuol dire tappeto rosso, quello che si stende sotto i piedi dei vip. Ce l'hanno ripetuto allo sfinimento: red carpet di qua, red carpet di là. Sordi - e cioè l'ultimo imperatore - si sarebbe chiesto diffidente: «Che me stai a cojonà?». Lasciamo a Bettini il compito di tradurre il concetto in un cokney venato di lounge. 3) Popolare: ci teneva, la Festa, a rispettare questa dimensione e ci è riuscita. El pueblo unido nella giuria è riuscito a dare il premio a un film elegante che quasi nessuno aveva visto, muovendosi con il tatto cinefilo di un gruppo di fottuti critici autoreferenziali. That's Roma, honey.

Toni Jop

TECNOLOGIE Cinque anni fa nasceva il trabiccolo chiamato iPod. La Apple ci credeva: in poco tempo questo minuscolo contenitore di musica ha cancellato ogni altro mezzo di immagazzinamento e riproduzione. Ed è entrato nelle nostre vite.

di Toni De Marchi



«D a oggi, ascoltare la musica non sarà più la stessa cosa». Cinque anni fa, oggi, quando Steve Jobs pronunciò queste parole presentando uno strano oggetto chiamato iPod, sembrò il solito marketing hype che il capo di Apple sa usare come pochi altri. Nessuno lo prese davvero sul serio. Anzi, il gruppetto di esecuti della Mela con gli occhi incollati da giorni sui siti di indiscrezioni, reagì con un certo fastidio alla novità. Era solo un altro lettore mp3. Un altro, perché Apple non arrivava certo prima su questo mercato, relativamente fresco ma già affollato di prodotti. La musica digitale



Tastiere di computer e «iPod»

Chi ha ucciso i walkman in 5 anni?

non era nata il giorno prima, e persino la sua incarnazione più recente, quella resa possibile dal formato mp3, stava ormai avvicinandosi ai dieci anni di vita. Eppure la musica portatile digitale resta anonima, un'estensione aggiornata del walkman, un po' più pratica ma, tutto sommato, non molto diversa. Cinque anni fa c'era ancora gente che girava con i lettori di cd portatili e trovava che fosse perfettamente normale. Non parliamo di chi ancora si portava dietro i walkman a nastro. Anche il walkman, come l'iPod, è associato indissolubilmente a chi lo creò, Sony, e come per

Una vera rivoluzione: ne sono stati venduti 80 milioni di pezzi e ora rappresenta il 70% dei lettori digitali nel mondo intero...

l'iPod, l'accoglienza fu al più scettica. Scrive Tom Hornby sul sito Orchard (lowendmac.com/orchard/index.html) che i critici dell'epoca facevano notare come i lettori di cassette portatili di maggior successo - perché anche il lettore Sony non fu il primo - avevano venduto al massimo 15mila unità. I giapponesi produssero inizialmente 30mila walkman. Li vendettero in un mese e in dieci anni ne misero sul mercato 50 milioni. Forse le radici dell'iPod affondano proprio nel 1979, l'anno in cui apparve il piccolino con le cassette a nastro. Non c'è dubbio che la generazione di Steve Jobs abbia impattato direttamente con quest'oggetto. Una generazione per la quale la musica era molto, moltissimo come riconosce lo stesso Jobs in una recentissima ed inusuale intervista a Newsweek. «Sono stato molto fortunato a crescere in un tempo in cui la musica contava davvero dice il fondatore della Apple a Steven Levy - Non si trattava di qualcosa che stava in sottofondo, per un'intera generazione è stata qualcosa di davvero importante. Qualcosa che ha cambiato il mondo. Penso che la musica avesse perso un po' di importanza e l'iPod ha aiutato a riportarla nella vita della gente in maniera davvero significativa». Certo, quando nasce, l'iPod trova un'America ripiegata

su se stessa ed un mondo sconvolto. L'11 settembre, Ground Zero, stanno lì e nessuno sembra aver voglia di pensare ad altro che non sia la tragedia e la vendetta. Chi poteva pensare di essere così visionario, così temerario da cercare di sovrastare i tamburi di guerra? Eppure, per fortuna, qualcuno c'è stato: iPod fu. Con uno strano destino anche nel suo nome. «Pod» in inglese significa contenitore, involucre. Pare che alla Apple abbiano usato questo nome perché era già stato registrato, sia pure per tutt'altra cosa. Ma il «pod», per chi bazzica tra le cose della guerra, sono per esempio anche i gusci che tengono alcune armi sotto le ali degli aerei, quelli che portano ad esempio le bombe a grappolo che uccidono anni dopo che le hanno sganciate. Ma a quei «pod» manca quella «i», che forse vuol dire «io»: «i pod», mi ci metto io. L'involucro della mia anima tradotta in musica, la cosa terrena che ci va più vicina. Eppure, l'iPod non era nulla di straordinariamente nuovo quando apparve. Almeno dal punto di vista strettamente concettuale, era un banale riproduttore di musica digitale. La taiwanese Creative stava sul mercato con un prodotto analogo già molti mesi



prima di quel 23 ottobre 2001. E anche le tecnologie dentro il primo iPod non erano in maggior parte farina del sacco di Cupertino. Se vi interessa approfondire l'argomento andate a leggere i Leander Kahnney (autore del libro *The Cult of iPod*) su wired.com e scoprirete come dall'hard disk di Toshiba, al chip di PortalPlayer, al sistema operativo di Pico, insomma gran parte di quello che stava nel primo iPod non sia stato creato a Cupertino. Ora, senza voler dare l'idea di essere troppo relativista il che potrebbe dispiacere al Papa tedesco e al suo amico Marcello Pera, a essere pignoli neppure Adamo era qualcosa di assolutamente nuovo quando mise il naso fuori dal Paradiso terrestre. Erano quasi tutte tecnologie già note. Ma alle quali mancava, diciamo così, l'anima. Anche l'iPod ha qualcosa in più, qualcosa che nessuno degli altri ha e che spiega perché in cinque anni ne siano stati venduti 80 milioni, di cui 39 nel solo 2006 e che oggi oltre il 70 per cento del mercato dei lettori digitali sia controllato da Apple. Il di più è quell'impalpabile leggerezza che lo avvolge e che coinvolge chi lo usa. L'essenzialità assoluta delle forme, soprattutto in quella incar-

nazione recente che è il Nano, corrisponde alla riduzione estrema dei controlli, dei tasti, delle manopole, degli interruttori. Decine negli altri. Uno solo qui, una rotellina che non gira ma reagisce al tocco. Un solo gesto per tutto, nulla da memorizzare. Il primo momento è di sconcerto: uno cerca il play e il fast forward, l'on e l'off. Poi si realizza che l'esperienza è l'unica maestra, si viene assorbiti in un karma Zen che porta lentamente all'illuminazione. E ad essere prigionieri della piccola magia che teniamo tra le dita. A quel punto resta la musica, nient'altro che la musica.

Incarna un'idea di funzionalità discreta Solo un comando sulla superficie di un oggetto leggero che sta in un taschino

EVOLUZIONI È già possibile scaricare lungometraggi. Servirà? **C'è spazio anche per i film, ma...**

■ Ci sono i film nel futuro dell'iPod? La domanda sembra essere da qualche mese il ritornello fisso degli aficionados Apple ma anche degli analisti delle società di investimento americana che devono consigliare gli acquisti di azioni ai loro clienti. In verità si tratta di una domanda che ha già da tempo avuto una risposta. Da più di un anno, infatti, sugli iPod si possono riprodurre anche video. Ovviamente quelli musicali, ma anche le puntate degli show di maggior successo. Sul negozio online della Apple, l'iTunes Store, ce ne sono già 220 serie (da *Lost* a *Desperate Housewives*, ma c'è anche quasi tutto il resto) che hanno generato 45 milioni di downloads a 1,99 dollari il pezzo. Il mese scorso Apple ha annunciato l'insediamento nello store anche di lungometraggi cinematografici. Disponibili in formato digitale scaricabile dal web il giorno stesso in cui è in

vendita il relativo Dvd. Nella prima settimana, ne sono stati scaricati 75mila al prezzo di una quindicina di dollari l'uno. Qualcuno, tuttavia, già parla di prototipi di iPod con lo schermo formato 16:9 per vedere i film, qualcun altro già azzarda tempi: prima di Natale. È da un anno e mezzo che queste previsioni si rincorrono. Inutilmente, finora. Ma nella visione della società californiana i film sono destinati soprattutto al salotto e venderli nel negozio dove si possono comperare anche le canzoni fa parte di una strategia di conquista dello spazio multimediale casalingo. Nell'intervista a Newsweek dove parla dei cinque anni dell'iPod, Steve Jobs, ad una precisa richiesta dell'intervistatore, risponde: «È difficile immaginare che la musica non sia l'epicentro dell'iPod ancora per un lungo, lungo, lungo, lungo tempo». Con «lungo» ripetuto cinque volte.

t.d.m.

PROSPETTIVE Si sostiene che a breve si venderà più «on line» **Fra cinque anni tramonterà il cd?**

■ Se vi arrovellate da sempre attorno all'eterno quesito di chi venga prima, l'uovo o la gallina, per una volta state pure tranquilli. Prima è venuta la musica digitale, e dopo l'iPod. Ma è anche vero che dall'esplosione dell'iPod e dei suoi consimili in poi la musica digitale è diventata adulta. Soprattutto è diventata legale. Pare un secolo fa, ma è solo da tre anni che la musica si può legalmente trovare sulla rete. E anche questa volta la novità è venuta dalla Apple. La strategia del ragnò messa in atto dalla società americana ha avuto tre fasi: la creazione di iTunes, un software capace di gestire e organizzare la musica digitale sul computer; il lancio dell'iPod, cinque anni fa, che utilizza iTunes per organizzarsi la musica, le playlist, eccetera; l'apertura, un anno e mezzo più tardi, dell'iTunes Music Store. Come suggerisce il nome, il software si integra con il negozio e così viene naturale, mentre si ascolta

musica, fare una capatina online a comprarsi l'ultimo Bob Dylan. È inutile raccontare per la milionesima volta la storia dell'ostilità dei grandi distributori discografici all'idea stessa della vendita online. Internet e «pirateria» musicale erano per costoro (i nomi? tutti quelli che vi vengono in mente: Sony, Universal, EMI, Warner, Bmg) sinonimi, esattamente come per i sedicenti benpensanti Internet e pedofilia sono la stessa cosa. A gennaio di quest'anno il solo negozio Apple aveva venduto un miliardo e mezzo di canzoni, un quarto delle quali in Europa. Senza contare tutti gli altri, che forse saranno minoritari come quota di mercato rispetto a quel 60 per cento attribuito a Apple, ma che comunque si aggiungono e contribuiscono a determinare quel trend che, dice qualcuno, entro cinque anni potrebbe portare al sorpasso delle vendite online su quelle «fisciche».

t.d.m.