



Sopra e a sinistra: una postazione e gli studi dell'emittente parigina Radio NRJ. In basso: Adam Curry

forme di scelta e personalizzazione del tipo di trasmissioni e di contenuti che si vogliono e si possono ascoltare sono un effetto e, al tempo stesso, la causa della crescente inadeguatezza delle tradizionali trasmissioni radiofoniche. Questo nuovo sistema cancella la necessità di utilizzare potenti mezzi di trasmissio-

ricato gratuitamente da 500 mila internauti) che consente di distribuire contenuti audio (che siano compilation di brani musicali, talk show, chiacchierate o monologhi registrati) direttamente su qualsiasi computer e, da qui, automaticamente, su qualsiasi lettore Mp3 (quindi non solo iPod, il lettore di musica portatile di Apple da cui deriva il nome di podcasting: iPod+broadcasting). Il che significa che al mattino, prima di andare a lavorare, si può trovare sull'iPod o sul lettore Mp3 (collegato a Internet via pc durante la notte per il download) nuovi podcast da ascoltare in macchina, in treno, in palestra.

Curry, 40 anni, con il suo radio show quotidiano via Internet in cui ogni tanto mescola persino la voce dell'anziana mamma intenta a fare le pulizie di casa o quella della figlia Christine che sta facendo i compiti, è il più seguito e famoso podcaster del mondo (50 mila persone scaricano il suo giornaliero "delirio" digitale, meglio noto come "Daily Source Code"). Ed è anche il più libero dei conduttori radiofonici di nuova generazione: registra i suoi podcast dal suo castello in Belgio, mentre guida la macchina o sta sorseggiando una tazza di caffè in un cottage alle porte di Londra. Lo abbiamo intervistato.

Per molti il podcasting, il nuovo modo di trasmettere via Web talk show, notizie e musica, è la prossima grande novità della Rete. È d'accordo?

«C'è una rivoluzione in onda: le barriere che hanno finora disegnato il mercato stanno lentamente sbriciolandosi. Questo sconvolgimento garantirà successo, e magari qualche profitto, a tutti coloro che sono in grado di creare contenuti nuovi e intriganti, e non solo ai padroni delle frequenze. Sì, sono pronto a scommettere sul podcasting».

Doc Searls, grande esperto della Rete, ha coniato per il podcasting un nuovo acronimo: personal option digital casting. Sottolineando la personalizzazione estrema dell'ascolto. È questo lo scenario verso cui ci stiamo muovendo? «Assolutamente sì. La nascita di queste

ne, per intenderci quelli da broadcasting, e di sottostare a una distribuzione centralizzata. La spinta è verso una ulteriore frammentazione e personalizzazione dell'ascolto».

Proprio questa accresciuta libertà di trasmissione potrebbe avere forti ripercussioni sul sistema economico dei potentati mediatici. Anche lei pensa, come azzarda qualcuno, che il podcasting ucciderà la vecchia radio?

«Forse ucciderà il sistema, ma certamente non il talento. Anzi, d'ora in poi per la professionalità ci saranno molte più occasioni e possibilità per farsi apprezzare e, di riflesso, ci sarà più talento a disposizione da condividere. La cosa stupefacente è che adesso chiunque può mettersi in gioco con un investimento tecnologico estremamente ridotto: bastano un microfono, un computer e un software per l'editing; tutto il resto lo fa la Rete».

Lo scippo di spettatori alla tv da parte di Internet è ormai cosa nota. La Rete è destinata a sottrarre fette sempre più consistenti di ascoltatori anche alla radio?

«Per certi aspetti è già accaduto: le nuove generazioni stanno già ignorando la radio perché annoiate da quello che ascoltano e sempre più si sintonizzano sui loro let- ▶

Qui parla Radio Web

Si chiama podcasting. È l'emittente libera che ciascun utente può creare on line. Tra musica e talk show. La racconta il suo ideatore

colloquio con Adam Curry di Arianna Dagnino

Foto: J. Graf - Editing / G. Neri (2)

C'è una rivoluzione in onda. E spazzerà via i padroni delle frequenze



tori di Mp3, con le loro compilation personalizzate. Adesso il tutto non può che essere ancora più intrigante ora che oltre alla musica si possono ricevere (cioè scaricare dalla Rete) veri talk show radiofonici, alcuni dei quali eccellenti sia dal punto di vista tecnico che dei contenuti».

Può farci qualche esempio di quello che ama ascoltare? Quali sono i suoi podcaster preferiti?

«È presto detto: "Dawn and Drew Show", trasmesso da una coppia di trentenni da una fattoria sperduta nel Wisconsin; "Reel Reviews", i film, nuovi o classici, da non perdere; "Rock 'n roll geek show", il miglior rock di tutti i tempi direttamente da un fan del genere e, ultimo ma non per importanza, "Yeast Radio", le amenità verbali e i resoconti lesbo della più celebre drag queen di Chicago».

Ma quando, come ipotizza Searls, un giorno, forse nemmeno troppo lontano, i tradizionali broadcaster commerciali si sentiranno minacciati dal podcasting, cosa succederà? Lei peraltro ha conosciuto il sistema radiotelevisivo dall'interno.

«I broadcaster tradizionali, almeno i più attenti all'evoluzione tecnologica e sociale, si sposteranno gradualmente verso questa nuova forma di distribuzione. Alcuni forse la troveranno persino liberatoria e rigenerante. Naturalmente è un processo che richiederà diversi anni di assestamento durante i quali gli investimenti (e i relativi profitti) dovranno cominciare a fluire attraverso i nuovi canali».

Neppure la Riaa, l'associazione delle major discografiche americane, vede di buon occhio l'avvento del podcasting. Anche se molti podcaster tendono a utilizzare solo musica libera o distribuita sotto la licenza Creative Commons, ve ne

sono tantissimi che, pur in versione gratuita, trasmettono musica protetta da copyright. Questi rischiano di avere gli stessi problemi giudiziari che stanno avendo i più attivi esponenti del "file-sharing"...

«Sì, ma solo perché in realtà la Riaa non dà la possibilità di pagare i diritti per l'utilizzo di materiale audio protetto da copyright. Per questo da un lato le leggi vigenti vengono aggirate e dall'altro sempre più podcaster tendono a promuovere "altra" musica, quella che in gergo chiamiamo "podsafes", ovvero non protetta dal tradizionale copyright e che, potendo essere acquistata direttamente da chi la crea e la produce, garantisce all'autore il 90 per cento degli introiti, contro il 3 per cento che le etichette tradizionali sono disposte a riconoscere».

Il podcasting non riguarda solo la trasmissione di materiale audio, ma anche la distribuzione gratuita a mezzo anche di immagini e filmati. Ci sono applicazioni in questo campo come Vogbrowser che offrono video feeds - come gli RSS - Really Simple Syndication per le news testuali - a cui gli utenti si abbonano per ricevere automaticamente aggiornamenti e novità sul proprio computer. Questo sistema potrà avere un impatto anche sul business ancora in embrione del video on demand?

«È probabile. Il meccanismo di base è lo stesso del podcasting tradizionale, ma ci



Una ragazza di Concord, California, ascolta in cuffia lo show "Say Yum" trasmesso da una stazione podcasting

vorrà ancora un bel po' di tempo, perché a tutt'oggi l'ampiezza di banda e le dimensioni dei dischi rigidi non sono ancora sufficienti perché il fenomeno prenda piede, come invece sta accadendo con la trasmissione audio. La mia stima è che ci vorranno ancora tra i cinque e i dieci anni».

In tutta sincerità, Mister Curry: dopo l'entusiasmo iniziale per il nuovo sistema e la celebrità acquisita grazie al nuovo canale, si diverte ancora a fare podcasting?

«Assolutamente sì! Per metà della mia vita sono stato un conduttore. E non è mai stato così facile e divertente come oggi. Lavoro quando voglio, dove voglio e vedo di fronte a me un futuro radioso, ricco di floride opportunità di business. Perché, da qui a poco, milioni di dollari e di euro inizieranno a spostarsi e fluire lì dove si sta spostando l'audience. Ovvio, ci vorrà un po' di tempo, ma non tantissimo: basterà aspettare che la "prossima grande cosa" diventi davvero grande. ■

Alla scoperta dell'universo podcasting

Dove si trovano

Le principali directory dedicate al podcasting sono www.ipodder.org, www.podcasters.org e www.podcast.net, dove sono registrati e recensiti i principali siti che rendono disponibili i loro podcast per il download.

Tutto in comunità

La più attiva comunità creatasi intorno al fenomeno del podcasting è PodcastAlley.com. Ogni giorno stila una classifica dei dieci podcast più popolari on line e lo show di Adam Curry è sempre in hit parade. Quando Curry segnala sul suo weblog un podcaster per lui interessante, il numero di download di quel particolare podcast raddoppia immediatamente.

I pionieri in Italia

Qix (www.qix.it): sito di news tecnologiche tenuto da tre fratelli milanesi, primi sperimentatori del podcasting in versione italiana. Trasmettono talk show fai-da-te mescolando cultura digitale, brani di musica reggae degli anni '60, jazz degli anni '30, spezzoni di programmi radio degli anni '40. L'ultimo podcast contiene un'intervista all'autore di gialli Lawrence Block (foto sotto) e brani rock di Julian Hatfield e dei Tuesday Suits.

Senti che musica

"Da capo al fine" (www.dacapoalfine.it) è un sito di musica classica podcasting che sta conquistando nuove



fette di ascoltatori anche fra il pubblico giovane. «Il miglior podcasting italiano, un piccolo gioiello di fronte al quale inchinarsi», è stato il commento sul loro ultimo podcast, dedicato alla violinista Isabella Piccioni (in alto), da parte di Antonio che con il suo Pendodeliri (www.pendodeliri.splinder.com), vero pioniere del genere in Italia, si è conquistato il titolo di protopodcaster.

Sì, è la Bbc

Molte emittenti, tra cui l'Air America, la Bbc e la CBC (Canada), hanno iniziato a sperimentare le nuove vie del podcasting. La Bbc (in alto, a destra) ha già trasmesso uno show sulla storia, "In Our

Time", mentre la CBC ha iniziato con "Nerd", un programma di tecnologia. Da metà gennaio è disponibile on line via podcast anche il talk-show di Bob Garfield trasmesso dalla National Public Radio Usa. In Italia, da poche settimane, trasmette "Repubblica radio" del quotidiano "la Repubblica"

E ora, pubblicità

Alcune aziende stanno scoprendo il potenziale di questo media. Così la birra Heineken (accanto) ha reso disponibili sul proprio sito podcast le performance dei più celebri dj, come strategia della sua campagna promozionale.

