



▶ **Quaero, il Google europeo fa flop per l'eccessiva complessità organizzativa. Lanciato nel 2008 è ancora lontano dall'elaborazione di un prodotto completo.**

Piattaforme. L'offerta over the top di Telecom Italia

È nata Cubomusica l'iTunes made in Italy

Nella library 4 milioni di brani disponibili in streaming e download

ENZOLIMA

■ **Prima Cubovision**, ora Cubomusica, la nuova piattaforma per la musica digitale firmata Telecom Italia. Dedicata ai clienti broadband del gruppo, propone un'offerta "legale e concorrenziale di contenuti digitali" con il duplice obiettivo di arricchire l'offerta di contenuti digitali fruibili attraverso l'Adsl e dare impulso a un mercato che nel 2010 ha prodotto in Italia un fatturato di circa 23 milioni di euro, registrando 12 milioni di download legali con un incremento del 10% rispetto al 2009.

La library, 4 milioni di canzoni in streaming (ma da giugno anche in

download), accoglie la quasi totalità del mercato discografico italiano grazie ad accordi con Sony Music Entertainment Italy, Universal Music Italia, Emi Music Italia, Warner Music Italia, Sugar Music, Carosello Records, Pmi (Produttori Musicali Indipendenti) Kiver e Made in Italy.

“Un modello di fruizione fortemente innovativo, per godere della musica digitale in modo totalmente legale - ha detto presentando Cubomusica l'ad Franco Bernabè - In Italia la banda larga, dopo aver raggiunto il 50% della popolazione, fa fatica a crescere: la saturazione si avrà con l'uso più intensivo della Tv ma per questo bisogna dare dei contenuti. Cubovision, Biblet e ora Cubomusica sono tutte esperienze che vanno nella stessa direzione: mettere la tecnologia a disposizione dei clienti con i contenuti più richiesti”.



Download
Tracce Dm-free
Saranno trasferibili
su tutti i terminali

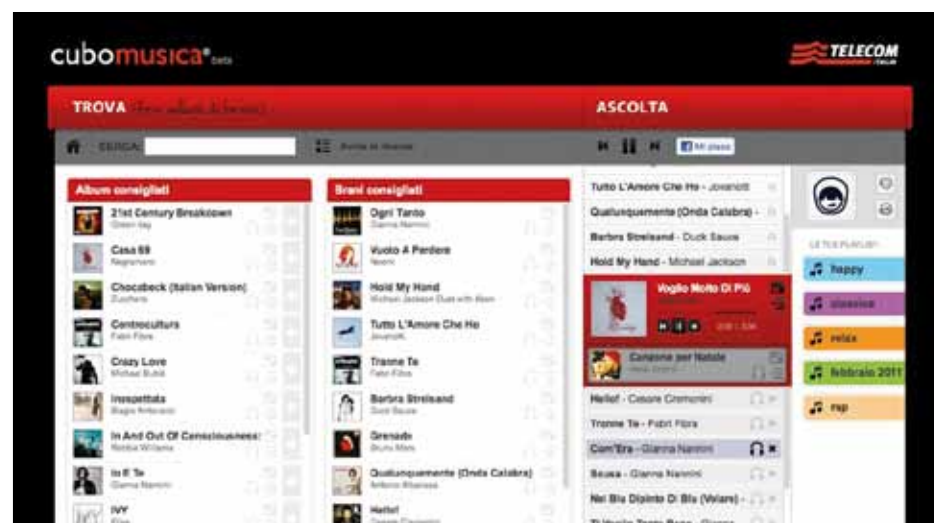
Sarà un sistema di riconoscimento automatico online a consentire ai clienti Telecom di accedere al servizio Cubomusica dal pc: si potranno scegliere direttamente i brani musicali preferiti e ascoltarli “con elevati standard qualitativi, senza limiti di tempo”. Sarà inoltre possibile creare playlist. Dopo i primi quattro mesi gratuiti, l'offerta in streaming si arricchirà consentendo di scegliere, a partire da 1,49 euro al mese (per nove mesi, poi a regime a 3 euro al mese), tra differenti proposte modulate in base alle diverse esigenze di

ascolto: dall'abbonamento base con streaming illimitato fino ai pacchetti che includono anche nel prezzo una quantità di brani da scaricare. I brani in download saranno senza Dm, così da poter essere trasferiti su qualsiasi terminale, dal lettore Mp3 al telefonino.

Soddisfatte le etichette discografiche e la Fimi Confindustria: “Un passo importante - ha detto il presidente Enzo Mazza - per il consolidamento dell'offerta di musica digitale in Italia, che conferma anche la comunione di interessi tra telco

e case discografiche per costruire una concreta risposta alla pirateria online”.

L'iniziativa, ha spiegato Bernabè, va ad arricchire la multipiattaforma Cubovision, l'offerta di Telecom di contenuti digitali via broadband. Prossimamente, infatti, Cubomusica approderà anche sul televisore grazie a un'area dedicata, raggiungibile attraverso il menù del dispositivo Cubovision e delle connected tv. La discussione è aperta anche per un possibile futuro sviluppo del servizio sui telefoni cellulari.



MILIONI DI BRANI A disposizione degli utenti 4 milioni di tracce in streaming e da giugno anche in download

INFORMAZIONE

Aol acquisisce The Huffington Post

Aol acquisisce The Huffington Post, influente sito web di notizie, analisi e attualità, per 315 milioni di dollari. L'operazione creerà un media group che avrà una base combinata di 117 milioni di visitatori al mese negli Usa e che sfiora i 270 milioni di utenti a livello globale. L'accordo fa seguito agli sforzi dell'amministratore delegato di AOL, Tim Armstrong, di convertire il business della società in un conglom-

rato di media e intrattenimento, malgrado la difficoltà di attirare investitori. La società ha infatti accusato forti cali nella vendita di inserzioni pubblicitarie e iscrizioni a pagamento nell'ultimo trimestre 2010, con una diminuzione dei ricavi del 26%. Alla guida del The Huffington Post Media Group ci sarà, nel ruolo di presidente e direttore, Arianna Huffington, cofondatrice (nel 2005) e direttrice di The Huffington Post.

Venti anni di Web (e walled garden)

La privatizzazione è una minaccia o un propellente allo sviluppo della rete?

Ho letto con piacere le riflessioni di Tim Berners Lee dedicate al primo ventennio del Web (<http://www.scientificamerican.com/article.cfm?id=long-live-the-web>). Non è l'articolo di un qualunque geek o nerd ma di colui che, in un ufficetto del Cern di Ginevra, il Web lo ha inventato. Si può discutere sulla data di nascita di questa grande innovazione: nel dicembre 1990, come Tim dice, il WWW prese forma sul suo computer. Per noi seguaci, il Web comincia nel 1993 quando all'Università dell'Illinois Marc Andreessen e Eric Bina mettono a punto il primo browser, Mosaic. Fa piacere leggere, nelle parole sempre brillanti di Tim, la riaffermazione dell'universalità del Web e l'importanza che i suoi protocolli costitutivi, a cominciare da Html e Http, siano di libero uso a tutti perché provenienti da una istituzione pubblica di ricerca, il Cern, e non da una ditta privata alla ricerca del profitto. Tra le minacce allo sviluppo di Internet, che Tim individua con la lucidità dei grandi vecchi (classe 1955, peraltro), la principale è quella della privatizzazione crescente di Internet in walled gardens dai quali si può entrare e uscire, ma si fa fatica a portare fuori qualcosa: si tratti di Facebook o di iTunes. Tutto vero, ma il grande sviluppo di Internet è dovuto non solo alla sua universalità: ma alla combinazione fra questa e la possibilità di recintarne dei segmenti, con accesso e uscita regolamentati. Ho citato più in alto Andreessen e Bina con Mosaic perché già nel preistorico 1993 questa dialettica si dispiegò con evidenza. I due lavoravano (ancora studenti!) all'Università dell'Illinois e dunque il browser Mosaic era pubblico e di libero uso. Pochi di noi lo hanno usato; molti di più hanno conosciuto Netscape, derivato politicamente scorretto di Mosaic messo su da Andreessen e da una sua azienda: che si sarebbe chiamata Mosaic Communications se l'Università dell'Illinois non l'avesse denunciata per appropriazione indebita del marchio. Netscape ha avuto una lunga storia di competizione con Microsoft Explorer, da cui è uscito sconfitto sul piano commerciale, ma il suo ruolo nella popolarizzazione di Internet è innegabile. La rete è cresciuta per un'applicazione a pagamento, per giunta di dubbia legittimità. iTunes ha aperto straordinarie strade al consumo della musica online e ha messo una pezza al problema pirateria: ma avrebbe potuto farlo se non fosse stata anche un'accumulatrice di profitti? Credo che nessuno debba impedirmi di costituire un walled garden o di utilizzare protocolli pubblici per costruire un mio spazio ad accesso condizionato: in fondo, è quello che faccio arrivando a casa, sulla strada comunale, quando apro il cancello che immette nel giardino di casa mia. Al di là di quello che penso io, che è trascurabile, sta di fatto che Internet si sta evolvendo in questo modo e perché è in questo modo. ■



di Enrico Menduni
Professore di Media e Comunicazione
all'Università Roma Tre

Corriere **Comunicazioni**

QUINDICINALE

DIRETTORE RESPONSABILE
Gildo Campesato
campesato@corrierecomunicazioni.it
+39.066841221

CAPOREDATTORE
Mila Fiordalisi
fiordalisi@corrierecomunicazioni.it
+39.0668412223

CAPOSERVIZIO
Roberta Chiti
chiti@corrierecomunicazioni.it
+39.0668412222

ART DIRECTOR:
Luca Migliorati
migliorati@corrierecomunicazioni.it
+39.0668412221

REDAZIONE
Federica Meta
meta@corrierecomunicazioni.it
+39.0668412225

Margherita Amore
amore@corrierecomunicazioni.it
+39.0668412224

COLLABORATORI
Paolo Barbieri, Elisabetta Bevilacqua, Matteo Buffolo, Federico Ferrazza

Gian Carlo Lanzetti, Piero Laporta,
Patrizia Licata, Davide Lombardi, Paolo Lombardi,
Alessandro Longo, Enrico Menduni

SEGRETERIA DI REDAZIONE
segreteria@corrierecomunicazioni.it
redazione@corrierecomunicazioni.it
+39.066841221

ABBONAMENTI
+39.066841221
segreteria@corrierecomunicazioni.it

PUBBLICITÀ
Daniela Costamagna
pubblicita@corrierecomunicazioni.it
+39.348.22.30.514

EDITORE: **CORPO 10 SOC. COOP. a r.l.**
Largo di Torre Argentina, 11 - 00186 Roma
tel. +39. 066841221 fax +39. 0668804132
P.Iva C.F. 08650251005

STAMPA: Centro Stampa Editoriale s.r.l.

Registrazione e Autorizzazione Trib. di Roma n.188/2005 del
12/5/2005. Arretrati 6,00 euro. Abbonamento annuo 60,00 euro
(22 numeri) Estero 120,00 euro



www.corrierecomunicazioni.it