

Le note su una nuvola

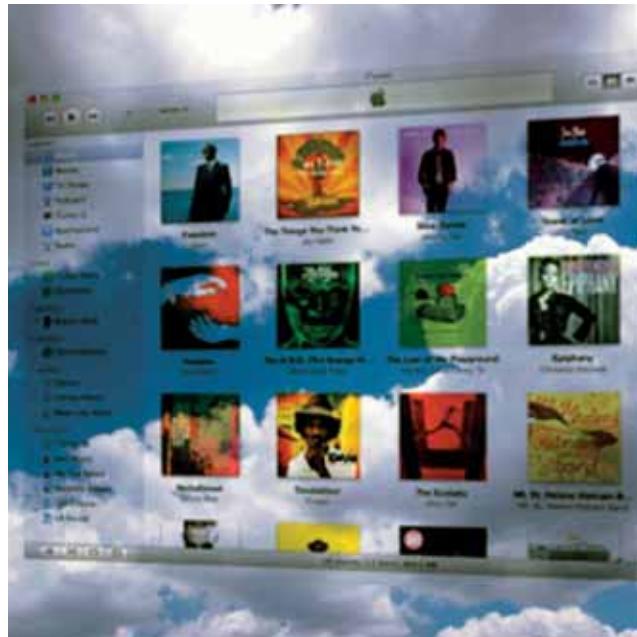
Si chiama iCloud, lo sappiamo, l'ultima meraviglia – o l'ultimo salvagente – del *music-business*. È l'ultimo coniglietto uscito dal sempre gravido cappello di Steve Jones, *alias* mister Apple.

Diciamo subito che iCloud ha infinite applicazioni anche al di fuori dell'ambito musicale: una piccola rivoluzione in grado di far evolvere il concetto stesso di computer così come finora l'avevamo concepito. Giacché nel nuovo sistema il "magazzino" (di programmi e di file) di ogni pc è trasferibile in un'area virtuale (su una nuvola appunto), con ovvi risparmi di spazio di memoria e, parallelamente, dando a ciascun utente la possibilità di avere tutto realmente disponibile ovunque egli si trovi.

Per chi vende musica, non è cosa da poco. Già da settembre, per la modica somma di 25 dollari la nuova versione di iTunes consentirà di adeguare tutti i file del proprio pc (compresi quelli scaricati piratescamente) con una nuova versione, di migliore qualità e soprattutto legale. Una specie d'amnistia, frutto di un contratto da 150 milioni di dollari tra Apple e le *major* discografiche. iTunes Match funziona appunto grazie al sistema iCloud: un mondo dove tutto è virtuale, sincroniz-.

zato in automatico tra i vari *hardware* dell'utente, sempre fruibile. E questo vale per la musica come per i libri, per i propri file come per i film.

Nuovi scenari in buona parte ancora solo intuibili dalla genialità dell'innovazione; ma è ovvio che si tratta non solo di un altro passo verso la fine definitiva del "supporto" con cui la musica è stata finora consumata (mp3 compreso), ma anche di un tentativo di trovare un rapporto meno conflittuale tra produttori e consumatori, tra pirateria e libertà di fruizione, a cominciare dal problema nevralgico dei diritti d'autore. In ogni caso un'altra spinta verso



l'internalizzazione del nostro panorama socio-culturale (basti pensare agli impulsi dati dalla Rete ai recenti referendum) e dunque, anche un'accelerazione verso l'avvento della

“banda larga”, poiché il mercato non può raggiungere i fruitori – e viceversa – se le strade che portano alle nuvole sono ancora tortuose, sdruciolate, e lente come quelle attuali. ■