

La curiosità

Radiocronisti per un giorno così il web regala celebrità

IMPROVVISARSI dj per un giorno, mentre amici e parenti ascoltano su internet il vostro programma. Oppure, aggiornare un audio blog, invitare ospiti davanti al pc per improvvisare un talk show, fare la radiocronaca della partita della squadra del cuore. Come? Cliccando su Spreaker.com, un progetto tutto bolognese spuntato on line da qualche giorno, che mira a rivoluzionare il mondo delle web radio. Una sorta di YouTube radiofonico, dove non solo ci si ritaglia quel famoso quarto d'ora di celebrità, ma lo si condivide in rete rendendolo accessibile ad un numero potenzialmente infinito di ascoltatori. Tutto gratis e, non da ultimo, di facile gestione.

L'idea di una «social web radio», come la chiamano i fondatori di Spreaker, nasce da quattro giovani imprenditori, tutti sulla trentina, che da sotto le Due Torri hanno individuato un posto al sole ancora libero nel marasma dei network sociali su web. «Siamo partiti nel 2006 producendo software per telefonia mobile e bluetooth—racconta Francesco Baschieri, uno dei soci della nuova piattaforma—abbiamo portato l'azienda quasi al milione di euro di fatturato e poi l'abbiamo venduta.

SEGUE A PAGINA V

RADIOCRONISTI PER UN GIORNO

SARA SCHEGGIA

(segue dalla prima di cronaca)

ORA lanciamo Spreaker, diventando imprenditori seriali». Premiata come migliore idea di business tecnologico con la Start Cup 2009 dell'Università di Bologna, la neonata web radio permette ad ogni singolo internauta di «produrre contenuti audio personalizzati — continua Baschieri — ci si improvvisa dj e si può condividere lo show ideato sulla propria bacheca di Facebook o su altri social network».

Il sito è attivo dall'inizio di febbraio e, dopo una prima fase di sperimentazione, partirà a pieno ritmo permettendo di creare audioblog, giornali radio personalizzati, programmi di intrattenimento di ogni tipo. Diventare dj di Spreaker è facile: dopo l'iscrizione, l'utente ha a disposizione una vera e propria console on line, senza bisogno di scaricare o installare ulteriori programmi. Si scelgono i brani, si mixano con la voce, si inseriscono effetti o jingle pescandoli dalla libreria di Spreaker. «Gli utenti devono preoc-

cuparsi solo di metterci la creatività, noi pensiamo a gestire tutto e a occuparci dei diritti musicali».

Nel database di brani disponibili si possono già trovare i successi di David Bowie o di Michael Jackson, o di nostrani come Guccini, Fossati o Jovanotti. Ovvio che, per offrire tutto questo senza chiedere un euro agli aspiranti conduttori radiofonici, Spreaker dovrà affidarsi alla pubblicità. «In questa prima fase gli spazi sono stati concessi gratuitamente a Ong come Emergency — spiega Baschieri — ma nel business plan abbiamo previsto introiti da inserzionisti e dall'e-commerce, che sarà legato alla piattaforma». Già, perchè oltre a farvi diventare dj, Spreaker contribuirà a creare una community virtuale, in cui gli utenti potranno interagire e promuovere gli show, segnalandoli nelle proprie pagine personali. «Bologna non è la California e la nostra sarà anche una pretesa ambiziosa — conclude — i numeri per fare lo YouTube della radio, però, ci sono tutti e noi vogliamo rischiare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA