

Internet

Di Barbara Ripepi



Addio al Google News spagnolo

Google chiude l'aggregatore di news per non pagare le tasse sulle anteprime, ma chi ci perde?

Il servizio di aggregazione di news di Google è stato lanciato in versione Beta nell'ormai lontano settembre del 2002, per poi uscire in versione stabile nel 2006. Nel 2001, dopo il terribile attacco alle Torri Gemelle di New York, il team di Google si rese conto che il motore di ricerca non era in grado di restituire notizie riguardanti l'attentato, utilizzando come chiave di ricerca "World Trade Center". L'idea di poter aggregare contenuti tematici da più fonti su un'unica pagina è nata da quell'episodio, e dalla sua nascita Google News ha raggiunto 70 Paesi, in 35 differenti lingue.

Se da una parte l'aggregatore rappresenta un servizio efficiente e gratuito per i lettori, dall'altra non ha sempre raccolto il plauso degli editori internazionali, che hanno spesso accusato Google di sfruttare i propri titoli, sommari e link gratuitamente.

Google News non potrebbe esistere senza i contenuti degli editori, non versa un compenso a questi ultimi ma non mostra nemmeno pubblicità sull'aggregatore e

porta molto traffico sui siti delle fonti; bisogna inoltre considerare l'esistenza di metodi specifici che possono essere applicati dagli editori per non comparire su Google News, visto che l'indicizzazione per l'aggregatore e per il motore di ricerca sono indipendenti.

La metà dello scorso dicembre ha segnato la storia dell'aggregatore nel Vecchio Continente: a causa di una nuova legge spagnola, che entrerà in vigore a gennaio, Google ha deciso di chiudere Google News in

Spagna. Si tratta di una scelta senza precedenti e dalla quale probabilmente dipenderanno molte delle scelte che verranno effettuate in futuro dagli editori e dai rispettivi Stati dell'Unione Europea. La nuova legge spagnola, relativa all'area della proprietà intellettuale, impone agli aggregatori il pagamento di una tassa sui titoli, testi e link tratti dalle notizie alle fonti, anche qualora gli editori non ne facessero richiesta.

"Visto che Google News non genera profitti (non mostriamo pubblicità sul servizio) questo nuovo approccio non è per noi sostenibile", ha dichiarato il responsabile di Google News Richard

Gingras, che sulle pagine del Google Europe Blog ha proseguito ricordando quanto sia cambiato il mondo dell'editoria con l'arrivo di Internet, creando enormi opportunità e sfide basate sull'ampliamento del pubblico e della raccolta pubblicitaria. Ha concluso dicendo che Google mantiene il suo impegno nell'aiutare i propri partner ad ampliare la propria esposizione e i propri affari, anche in Spagna sul fronte del motore di ricerca. È facile comprendere la scelta politica di Google, che è perfettamente consapevole di ciò che succederà nell'immediato futuro: le testate spagnole verranno penalizzate, registrando un calo di traffico e una conseguente perdita di esposizioni pubblicitarie. Non solo non esisterà più un'edizione spagnola di Google News, ma le fonti iberiche non verranno più visualizzate nemmeno sulle edizioni estere. La legge inoltre non riguarda solo Google, ma tutte le realtà già realizzate e di futura progettazione nel campo dell'aggregazione.

Una scelta così anacronistica nel campo della proprietà intellettuale rischia di rendere molto più difficoltosa la circolazione delle idee e l'innovazione, in un momento in cui bisognerebbe sempre più proiettarsi verso il futuro e verso una più flessibile visione del copyright.

Non è la prima volta che Google si scontra con l'Europa: in Germania, grazie a una legge che limita l'utilizzo delle

Testate penalizzate

I giornali rischiano un calo di traffico e minori ricavi dalle inserzioni pubblicitarie

anteprime degli articoli, imponendo un accordo economico con le singole testate, si è svolta una lotta contro il consorzio di editori VG Media.

Google aveva annunciato di rinunciare alla pubblicazione delle anteprime (titolo, sommario, link, immagine) in favore del semplice link pur di non pagare ciò che VG Media reclamava nei termini del diritto d'autore.

VG Media ha infine ceduto per non perdere il consistente traffico generato dalle anteprime presenti sull'aggregatore. In

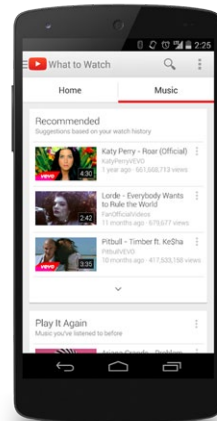
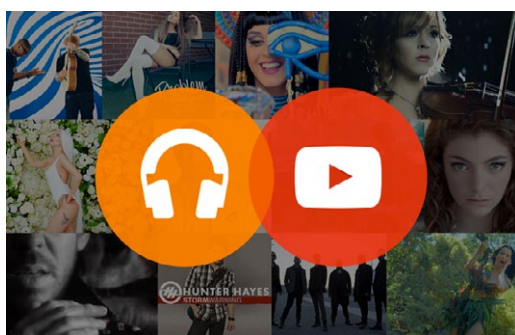
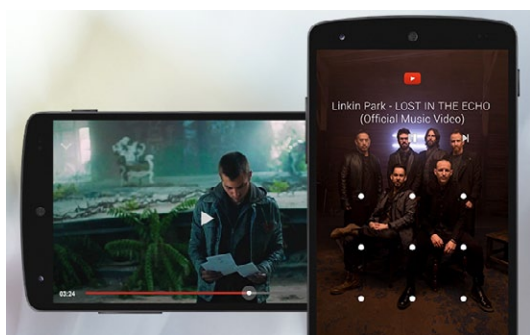
Belgio un contenzioso per l'uso delle anteprime è durato circa sei anni e nel 2012, dopo una situazione simile legata alla rimozione di alcune testate, Google e l'associazione di editori Copiepresse hanno trovato un accordo mai risultato del tutto chiaro, nel quale Google ha stretto una partnership con gli editori, evitando però il pagamento per la pubblicazione dei contenuti.

Un accordo simile è stato fatto in Francia nel 2013, con Google che non paga le anteprime ma si impegna ad aiutare

economicamente lo sviluppo tecnologico di alcune testate.

In sostanza per Google è importante non creare un precedente che permetta ad altri governi di imporre il pagamento per l'uso delle anteprime.

Ma se negli altri Stati la legge lasciava margine decisionale agli editori, nel caso spagnolo pare che le testate dovranno rassegnarsi non solo a non ricevere un centesimo da Google, ma anche a perdere una buona parte di traffico da qualunque aggregatore. •



CHE COS'È YOUTUBE MUSIC KEY

A metà novembre la chiacchierata "versione a pagamento" di YouTube è stata ufficialmente resa pubblica. Da ormai molti mesi la stampa specializzata proponeva indiscrezioni su un servizio musicale esclusivo per gli abbonati targato YouTube, ma l'alone di mistero non permetteva ipotesi più attendibili e specifiche sul genere di applicazione che avremmo presto potuto provare.

Oggi YouTube Music Key in versione Beta si presenta come un'estensione dei servizi musicali offerti da Google Play Music Unlimited, accessibile per ora solo a chi possiede già un abbonamento a quest'ultimo o su invito, che può essere richiesto complicando l'apposito form all'indirizzo <https://www.youtube.com/musickey>. YouTube Music Key mostra tre caratteristiche principali: è privo di messaggi pubblicitari, garantisce una fruizione non stop anche tramite le app per tablet e smartphone e permette di scaricare i video offline per poterli guardare anche in mancanza di connessione. Come già accennato, il servizio include Google Play Music Unlimited, ovvero il programma di streaming musicale basato su abbonamento che permette di ascoltare più di 30 milioni di brani, oltre che accedere alla propria libreria personale sul cloud.

I due servizi sono destinati a completarsi, da una parte dedicandosi soltanto al comparto audio, dall'altra offrendo anche il settore video. Per l'occasione YouTube ha introdotto la nuova voce di menu "musica", accessibile anche dagli account gratuiti. Propone una serie di contenuti basati sui successi del momento e sugli ascolti personali, oltre che una serie di playlist e mix.

YouTube Music Key mostra per ora il suo aspetto migliore sull'app Android, che trasforma YouTube in un vero e proprio lettore musicale permettendo l'ascolto in background mentre si

sfruttano altre applicazioni; chi volesse salvare un video o anche solo l'audio per una fruizione offline può farlo scegliendo la qualità del file da scaricare.

La collaborazione tra Google e le case discografiche garantisce al servizio l'upload di file ufficiali di alta qualità, che vengono contrassegnati con un bollino blu; ultimamente stanno inoltre comparando sul sito gli album completi, che possono essere riprodotti sul comodo formato delle playlist e rappresentano una soluzione molto comoda per l'ascoltatore, che non deve più cercare le singole tracce o comporsi da solo una lista di riproduzione. Per ora il punto debole della Beta risulta essere l'integrazione dei due servizi audio/video: se ne comprendono gli intenti e il potenziale, ma per ora somiglia a un'unione posticcia.

Non bisogna dimenticare che YouTube, pur essendo nato come servizio pensato per la condivisione di video generati dagli utenti, con il tempo è diventato un immenso archivio più o meno ufficiale (e più o meno lecito) di video e file musicali; la sua immediatezza lo ha reso di fatto uno dei punti di riferimento per chi vuole ascoltare musica sul Pc senza particolari pretese. In quest'ottica, uno YouTube privo di interruzioni pubblicitarie potrebbe diventare appetibile per l'utente che di norma non si rivolgerebbe a un servizio a pagamento come quello di Spotify. YouTube, grazie al valore aggiunto dei video, potrebbe addirittura trainare i servizi musicali, acquisti di file compresi, dunque diventare molto più competitivo sul fronte della musica già ben presidiato da Spotify, Deezer e affini. Durante la fase Beta, il servizio verrà offerto a 7,99 Euro al mese, mentre più avanti il prezzo standard si allineerà alla concorrenza e all'attuale costo di Unlimited, ovvero a 9,99 Euro mensili.