

eredità

**UN TEMPIO SUL GANGE CON I SOLDI LASCIATI DA HARRISON**  
Un tempio indu al dio Krishna sorgerà vicino al fiume Gange grazie al milione di dollari lasciato dall'ex Beatle George Harrison prima di morire. Il tempio sarà costruito sulla riva del fiume a Varanasi, nei pressi della zona dove potrebbero presto essere disperse le ceneri del musicista. La costruzione comprenderà una sala per le preghiere dove i devoti di Krishna potranno contemplare una grande statua del dio.

passioni

## I FORZATI DEL WEB: LE CANZONI? LE VOGLIAMO TUTTE, LE VOGLIAMO GRATIS

Massimo Solani

*Dura la vita dei forzati della rete: nottatece davanti allo schermo, occhi rossi e vita sociale quasi azzerata. «Ne vale la pena se pensi però che alla fine della giornata ho scaricato e masterizzato quattro o cinque cd audio ed almeno tre di software. Roba che altrimenti dovrei comprare e pagare cara». Daniele, Diego e Filippo sono tre studenti, vivono insieme ed insieme condividono una specie di missione: scaricare da Internet tutto ciò che di gratis la rete offre.*  
*«Una attrezzatura ottimale per questo genere di cose - racconta Daniele - la puoi acquistare anche per due milioni, due milioni e mezzo. Io in tre ore, oltre alla musica, posso tirare giù un programma che costa anche il doppio. Sta qui la questione:*

*alcuni dei software che noi usiamo costano anche cinque milioni: assurdo comperarli se poi non li usi per lavoro e non ne trai nessun guadagno». E la musica? «Beh - prosegue - per la musica vale lo stesso discorso. Sai quanto costa un cd... Basta un'ora scarsa, una linea Adsl ed un masterizzatore ed il gioco è fatto. Senza spendere una lira in più. L'unico limite, così, è la capienza dell'hard disc». Del resto, mi racconta Daniele ridendo, quello di Filippo è già pieno come un uovo, e sono più o meno 20 giga-bites di Mp3 e programmi.*  
*«Cosa nostra è diventata una specie di catena di montaggio: mentre uno scarica qualcun altro masterizza. Poi ci passiamo i file in rete e si ricomincia. Poi la casa è sempre piena di amici: hanno*

*capito come funziona ed ogni giorno si presentano, a qualsiasi ora, con la lista della spesa ed i cd vergine su cui masterizzare il tutto. Quando escono hanno facce soddisfatte e borse piene».*  
*«Generalmente - prosegue Daniele - quando mi sveglio, tardi per lo più, controllo come sono andati quei 20/30 downloads che ho lasciato in sospeso la notte, prima di addormentarmi. Riavvio il computer e poi di nuovo ricomincio. Praticamente possiamo dire che il mio personal passa 24 ore al giorno con almeno un programma peer-to-peer aperto» (programmi, tipo Napster, che consentono di condividere i file direttamente tra i singoli utenti della rete, senza passare attraverso un sito Internet, ndr). «Poi masterizzo - continua Daniele -. Per la*

*musica non c'è problema, basta un programma che converta gli Mp3 in file leggibili dallo stereo, mentre per i software serve qualche minuto in più di ricerca: a volte, infatti, devo trovare il crack che faccia funzionare la copia pirata che mi sono scaricato».*  
*Del resto, avendo una linea veloce ed un masterizzatore, chi continuerebbe a comperare i cd nei negozi? «E poi - conclude Daniele - nei negozi bisogna andarci, cercare nei cataloghi e la maggior parte delle volte ordinare, perché l'album, specialmente se non è "roba commerciale", non è disponibile. Con programmi come Kazaa, o WinMx basta qualche secondo di ricerca ed il risultato è quasi sempre assicurato».*

**l'Unità**  
ONLINE  
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora  
www.unita.it

# in scena

teatro | cinema | tv | musica

**l'Unità**  
ONLINE  
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora  
www.unita.it

Canzoni gratis sul web: l'industria tenta di tutto per arginare il fenomeno. Senza riuscirci

Massimo Cavallini

**LOS ANGELES** Pochi avevano immaginato che potesse accadere. Ed anche quei pochi non avevano in effetti ventilato che una teorica possibilità, fondata assai più su una filosofica adesione al principio della fondamentale bontà dell'uomo che su una concreta e razionale previsione degli eventi. Eppure, proprio questo è ciò che si è visto - o, per meglio dire, avvertito - scrutando le reazioni della platea convenuta, a fine dicembre, nell'Aula Magna dell'Università di Georgetown, a Washington, per partecipare alla seconda conferenza annuale della «Future of Music Coalition»: un moto d'umana pietà nei confronti d'un rappresentante delle grandi case discografiche. Ed è accaduto, non una, ma almeno due volte. La prima: quando Charlie Senders, della National Music Publishers' Association, ha manifestato la sua convinzione che la strategia legale dei «padroni della musica» stia, infine, dando i suoi frutti. E la seconda, con ancor più palpabile evidenza, quando Hilary Rosen, della Recording Industries Association of America, ha illustrato i benefici dei nuovi servizi di musica on line a pagamento che, nel mese di dicembre, hanno fatto il proprio debutto ufficiale.

Ovvia domanda: com'è possibile che i simboli d'un potere da tutti temuto e da molti servilmente ossequiato (ma da nessuno davvero amato) fossero all'improvviso diventati oggetto, se non proprio d'amore, quantomeno d'una quasi affettuosa compassione? La risposta - su questo tutti concordano - sta nella disperata (ed in quanto tale assolutamente patetica) natura della missione dei due oratori: convincere i presenti dell'intrinseca validità d'un «business model» - quello, per l'appunto, dei nuovi servizi a pagamento - fondati su questa semplice proposta. Pagare per qualcosa che si può ottenere gratis. Peggio ancora: pagare per un prodotto che, rispetto alla sua versione gratuita, vanta prestazioni molto più limitate ed una qualità decisamente inferiore. Ridicolo? Sicuramente. Eppure esattamente questo è ciò che le major musicali - ed i giganti multimediali che le controllano - sono andate facendo nell'ultimo anno, in virtù d'una strategia commerciale che, proprio a dicembre, ha acquistato pubblica visibilità.

Proviamo a riassumere. Poco prima che il 2001 ci lasciasse, la musica on line ha infine cominciato, con una serie di «grandi debutti», ad offrire se stessa a quanti fossero disposti a pagarla. A fare da appripista, agli inizi di dicembre, era stata Rhapsody, allestita da una piccola startup di San Francisco, la Listen.com. Quindi erano seguiti i pezzi da novanta. Prima RealOne, della RealNetworks, prima propaggine d'una poderosa partnership che, chiamata MusicNet, includeva EMI, Bertelsmann ed AOL Time-Warner. Poi, quando ormai il Natale era alle porte, era stata la volta di PressPlay, creata da Vivendi-Universal e Sony con l'appoggio esterno di Microsoft. Il tutto con un unico obiettivo: offrire al pubblico - per abbonamenti mensili da circa 10 dollari al mese - gli stessi brani musicali che possono essere facilmente reperiti senza pagare un



### il cd? va in soffitta

Scaricare e poi masterizzare (cioè farsi il proprio Cd)? Si usava così fino a un po' di tempo fa. Ora non ha più molto senso: perché da un po' sul mercato sono arrivati i lettori di mp3. Grandi come walkman, si collegano al computer, prelevano i file e basta: nel senso che dopo c'è solo l'ascolto. Il Cd, insomma - anche quello pirata - se ne va in soffitta. Di lettori mp3 ce ne sono tanti. Ma anche qui c'è un prima e un dopo: poi è arrivato l'iPod. E' ancora più piccolo degli altri, pesa meno di due etti. Può contenere musica per dieci ore (la concorrenza diciamo che in media arriva ad un'ora). Dieci ore trasferite dal computer all'iPod in cinque, sei minuti. Ha un limite (o un pregio?): è un prodotto Macintosh e funziona solo coi Mac. Ma sono in molti a sostenere che la Mela sta ai consumi musicali esattamente come il rock sta al resto della musica: la anticipa.

s.b.

### pericolose indagini

L'indagine era dell'anno scorso. Quando su Napster, certe sere, si potevano trovare anche sei, settecentomila brani. Bene, l'inchiesta - voluta dai discografici americani e pubblicata sulla loro rivista - forniva un risultato interessante. E forse per questo non molto pubblicizzato. Lì, nella pubblicazione della Riaa, si diceva che quasi il 65% degli utenti Napster aveva elevatissimi consumi musicali. Scaricava cioè file gratis ma poi spendeva moltissimo per i cd legali. E in rete per lo più cercava - e cerca - la «chicca», la rarità fuori catalogo. Le registrazioni dal vivo mai pubblicate. Altra cosa: l'indagine rivelava che quasi un terzo dei brani scambiati erano stati prodotti originariamente proprio per la rete. Non si sta parlando dei pochissimi autori che vendono le proprie canzoni solo sul Web, quanto invece dei concerti. Ce ne sono tanti, tantissimi, diffusi - broadcastati si dice ora - esclusivamente dalla rete. I siti migliori per ascoltarli? www.liveconcerts.com per chi ama le atmosfere rarefatte, www.bigmama.it per il rock e il blues d'autore, anche made in Italy.

s.b.

Scene da un conflitto. Epocale: le major contro i «ladri di musica»  
Posta in gioco: la sopravvivenza del mercato discografico

### scenari digitali

## Le nuove frontiere: oggi i cd, domani i film

Cesare Buquicchio

**ROMA** Ieri tutta la musica a disposizione gratuitamente sul proprio computer, e da lì masterizzata su cd. Domani anche tutti i libri e i film, da leggere e da vedere su schermi digitali, leggeri e sottili come fogli di carta e da portare sempre in tasca. Sempre gratuitamente, o quasi. Tra il sogno e il futuro, oggi intanto si combatte una guerra. La guerra del copyright e della proprietà intellettuale che vede opposti i pochi, colossali padroni del mercato dell'intrattenimento, alla miriade di singoli consumatori armati di computer, linea telefonica e gusto per la sfida. Se è vero, come dice qualcuno (l'economista Jeremy Rifkin meglio di altri), che il capitalismo legato al consumo di beni ha ormai superato il punto di saturazione, allora la nuova, preponderante frontiera del capitalismo è destinata ad essere quella della vendita dell'intrattenimento, e più in generale un'economia basata sulla trasformazione delle risorse culturali in esperienze da vendere a pagamento. Sicuramente il diciannovenne Shawn Fanning, lentiginoso appassionato di musica e

computer, quando due anni fa a Boston, stanco di dover aspettare troppo per trasferire da Internet sul suo Pc la canzone che gli ronzava in testa, creò il programma Napster, non avrebbe mai immaginato che stava squarciando il velo che proteggeva l'industria discografica mondiale. Non si rendeva forse nemmeno conto che il suo programma e in seguito i suoi derivati, con il sistema peer to peer (la possibilità per gli utenti di scambiarsi i file, inizialmente solo mp3 musicali, oggi di tutti i tipi, direttamente e senza passare da alcun sito Internet), davano forse per la prima volta un senso compiuto a tutti i proclami sulla potenziale democraticità delle reti. E fa un certo effetto vedere in questi giorni proprio Napster, il simbolo di questa rivoluzione, sconfitto dalle multinazionali della musica nelle aule giudiziarie, che viene mostrato come trofeo nella sua nuova versione, a pagamento e con tutti i copyright in regola. Ma a decretarne la morte non è stata tanto l'idea di dover pagare un abbonamento (dalla Bertelsmann, la multinazionale che ora controlla Napster, anticipano che sarà compreso tra cinque e dieci dollari, prezzo che molti appassionati sarebbero disposti ad accettare in cambio di un servizio efficiente), bensì il drastico ridimensionamento del panorama musicale a disposizione. Il milione e mezzo di utenti medio di Napster aveva a disposizione quasi tutto lo scibile musicale, ora dovendo rispettare i copyright i numeri sono ben più stitici. Tuttavia la guerra non è finita. Da un lato ci sono i successori del programma di Fanning, come Morpheus, Kazaa e WinMx, più rapidi e più evoluti perché possono scambiare ogni tipo di file (e già cominciano a circolare in rete i primi film), sempre gratuiti e sempre più inafferrabili. Dall'al-

A sinistra, Shawn Fanning, l'inventore di Napster, il sito-pioniere per la musica on line gratis



tro sempre la pattuglia delle multinazionali, che le prova tutte per fiaccare il nemico. E allora ecco sistemi sempre più complicati per evitare la copia dei cd, così complicati che l'ultimo lavoro di Natalie Imbruglia non veniva letto nemmeno da un normale stereo. O addirittura pressioni politiche. A ottobre la lobby della Riaa (Recording Industry Association of America) ha tentato di inserire nell'Usa-Act - il pacchetto di misure contro il terrorismo varato dal Congresso americano dopo gli attentati dell'11 settembre - un emendamento che rendeva legale, per i proprietari di copyright, introdursi nei computer degli utenti e cancellarne i dati o fare attività di «hackeraggio» se diretta a impedire la pirateria elettronica.

Napster è sconfitto: ma i nuovi servizi da cui scaricare musica spuntano come funghi

centesimo. Con tuttavia un «vantaggio»: quello di non poter copiare, né in un cd, né in un Mp3 player, la musica comprata (con qualche limitata eccezione nel caso di PressPlay). Anzi, con quello (è il caso di MusicNet) di vederla svanire nel nulla, cancellata dalla casa madre, dopo un mese d'affitto. Insomma: quel che si dice un affarone.

I dati relativi a questo splendido debutto sono ancora limitati, ma già abbastanza chiari. Secondo Download.com, ad un mese dal suo debutto, RealOne (l'unico per il quale sia già possibile una misurazione) ha distribuito una media di poco più di 7mila file settimanali. Il tutto contrapposto ai circa tre milioni che, ogni sette giorni, vengono scaricati gratuitamente in rete, grazie ad una tecnologia - quella del «file sharing» o «peer-to-peer» (P2P) - che le grandi major non hanno, in effetti, alcuna possibilità di bloccare o limitare. Un po' perché, funzionando senza un server centrale, i servizi di musica on line gratuita - quali Kazaa, Morpheus, MusicCity, Audiogalaxy - sono inafferrabili come la Primula Rossa. E molto perché quei software - normalmente usati dalle imprese per migliorare la collaborazione tra i propri uffici - svolgono ormai imprevedibili funzioni che vanno ben oltre la diffusione di canzonette gratuite.

Ovvia domanda numero due: com'è possibile che un rispettato (e non di rado odiato) complesso di società cresciute nel culto del mercato e del profitto si siano ridotte a questo? La risposta - ed anche su questo quasi tutti concordano - sta in tre interconnesse parole chiave: Internet, paura e attesa. O, se si preferisce, paura che Internet possa, non promuovere, come molti pensano, ma distruggere il mercato della musica; e attesa per una tecnologia che, a sua volta, consenta di distruggere quello che la tecnologia ha creato.

Ovvero: la possibilità di libero interscambio in Rete. Per questo i «padroni della musica» si sono impegnati in una «guerra di logoramento» che si fonda su due punti essenziali: un'offensiva legale continuata contro i «ladri di musica», e la preventiva occupazione di «spazi strategici» attraverso servizi a pagamento (che al momento non servono a nulla, ma che domani, sanata la piaga della musica gratis, diverrebbero i principali strumenti dell'attacco finale ad un mercato che, finalmente sgomberato da disturbatori, viene considerato la chiave del futuro).

I risultati di questa guerra non sono fin qui stati esaltanti. In sostanza: nulla più che un prigioniero - Napster - condannato dai giudici ed ovunque esibito in catene (leggi: nella sua nuova versione a pagamento) come prova d'una possibile vittoria. Questo, e la scritta che - sapida come le migliori barzellette - è stata di recente imposta alla pubblicità dell'iPod della Apple e degli altri Mp3 players dell'ultima generazione: «Don't steal music». Traduzione: abbiate misericordia d'un povero venditore di cd, non rubate musica. E che il Buon Dio ve ne renda merito...