

cimeli

L'ULTIMO AUTOGRAFO DI LENNON ALL'ASTA PER 325MILA DOLLARI

L'ultimo autografo di John Lennon, firmato 15 minuti prima della sua morte, sarà messo all'asta per 325.000 dollari. Il prezioso cimelio, custodito per 23 anni dal receptionist dello studio di registrazione frequentato dall'ex Beatles, consentirà di raccogliere fondi per finanziare un centro ippico per cavalli anziani in Virginia. «Non voglio speculare sulla morte di John - si è giustificato Rabiah Seminole -, ma lui amava la natura e credo che sarebbe stato d'accordo nella mia scelta per aiutare i cavalli». Lennon aveva firmato il pezzo di carta, l'8 dicembre 1980 uscendo dal Record Plant studio, quando un suo fan, Mark Chapman, gli sparò uccidendolo.

teatro

PROIETTI, PER UNA VOLTA, CELEBRA SE STESSO E DICE «GRAZIE ROMA»

Francesca De Sanctis

Attore, regista, cantante, produttore, direttore di teatro, affabulatore... difficile scegliere un solo termine per definire Gigi Proietti, che, in fondo, con i suoi 40 anni di attività teatrale alle spalle, per gli italiani è un amico di famiglia. E pensare anche al teatro ci è arrivato quasi per caso: «Quaranta anni fa frequentavo giurisprudenza con poca voglia e facevo di tutto: la pallacanestro, la chitarra, il cantante da night - ricorda l'attore -. Mi presentai pure al rinato Cut (Centro universitario teatrale), che anni prima aveva laureato la Proclemer e Mastroianni. Una ragazza che mi accompagnava al provino mi disse, sbagliando tutto: «Ma lo sai che reciti come Albertazzi?». Fra gli allievi c'erano pure Leo de Berardinis, futuro guru dell'avanguardia, e Antonio Calenda, neo regista intellettuale. Giancarlo Cobelli

insegnava mimo e quando ebbe bisogno di un ragazzo che recitava e cantava mi mandò a chiamare». E oggi, a 64 anni, Proietti si ritrova a festeggiare proprio l'inizio di quel «gioco». Per una volta, dunque, dice sì all'autocelebrazione e mette in scena al Brancaccio, lo storico teatro di via Merulana, il suo nuovo spettacolo, fatto per lo più di cose che il pubblico continua a chiedergli da anni. S'intitola «Serata d'onore» e comincia con un pezzo nuovo di zecca: dall'alto del Campidoglio, in groppa al suo cavallo, Marc'Aurelio rivolgerà un lungo monologo alla sua Roma: «Pensate quante ne avrà viste in diciotto secoli, il buon imperatore filosofo», dice Gigi Proietti. Lo ha scritto per l'occasione Gigi Magni, che per Proietti è stato autore più volte («Er ghetanaccio», «I sette re di Roma»). Ma lo spettacolo è in gran parte

rinnovato: monologhi e canzoni, scenette e battute, sorrisi e sudore, applausi e risate, un altro figlio di «A me gli occhi please», quel monologo con orchestra nato quasi in sordina una sera del 1976 al Teatro Tenda di Roma. In «Serata d'onore» ci sarà un'orchestra, vari giovani, tre ballerine e due figlie in scena (Carlotta e Susanna Proietti, la prima canta, la seconda recita). Le musiche sono di Pippo Caruso, gli orchestrali sono addirittura 14.

«Come attore, ho osservato Roma da vicino in tutti questi anni, ne ho misurato i cambiamenti di temperatura e di clima, le nevrosi e gli umori di una città che è cresciuta, si è allargata. Io non faccio altro che far rimbalsare dal palcoscenico queste cose. Lo ammetto, e non voglio essere retorico, questo lavoro è un ringrazia-

mento a Roma, tant'è che non credo che si muova da Roma. Un modo per ringraziare questa città, che mi ha consentito di assistere ad un grande spettacolo, quello della città che ride, che scherza, che cambia. Un modo per ringraziare anche il pubblico che è sempre venuto a vedermi, anche perché i miei esauriti sono arrivati prima del successo televisivo del Maresciallo Rocca». E a questo proposito Proietti ci anticipa che, probabilmente, tornerà ad indossare i panni del carabiniere più amato d'Italia. Tra gli altri progetti futuri, la ripresa estiva di «Giulietta e Romeo», prima al Globe Theatre, poi al Brancaccio e in televisione, una fiction su un veterinario, e il desiderio di una regia, possibilmente «di una commedia di costume». Lo spettacolo andrà in scena al Brancaccio da sabato 24 aprile al 30 maggio.

25 aprile Resistenza è libertà

dal 24 aprile in edicola con l'Unità a € 7,00 in più

in scena

teatro | cinema | tv | musica

I nostri anni

dal 24 aprile in edicola con l'Unità a € 6,50 in più

Toni De Marchi

MUSICA E INDUSTRIA

La grande truffa dei cd

Li hanno battezzati *corrupt Cd*, Cd rovinati. Ma rovinati non sono: si tratta di dischi tecnicamente perfetti che però non funzionano. O almeno non sempre funzionano come ci si aspetterebbe. E si pretenderebbe, visto che per portarsi a casa un dischetto digitale il borsellino deve alleggerirsi di una somma che ormai si aggira tra i 22 e i 25 euro.

L'industria li definisce *copy-protected Cd*, Cd protetti contro la copia. Perché si tratta di dischi che in teoria vanno perfettamente, ma in pratica non sempre sono riconosciuti dal lettore casalingo o dell'auto, o, se riescono a girare, l'ascolto è talvolta disturbato da salti, strani rumori, fruscii. Come con il peggior vinile d'antan.

La ragione? I dispositivi di protezione contro la copia illegale che molte - ormai quasi tutte - le case discografiche mettono nei Cd di nuova produzione. Un fenomeno non nuovissimo (è dal 2001 almeno che vengono inseriti dispositivi anticopia), ma che sul mercato italiano è esploso negli ultimi mesi. In teoria questi dispositivi impediscono che si possa estrarre una copia digitale (cioè esattamente uguale all'originale), in realtà rendono il Cd non più conforme alle specifiche tecniche, e così molti lettori non sono in grado di riconoscerli. Soprattutto sono i lettori Dvd, i gira Cd per auto e i lettori dei computer ad essere incompatibili. Al punto che Philips, inventore del Cd assieme a Sony, ha imposto ai discografici di non usare più il marchio sulle confezioni dei dischi protetti.

«Un sacco di gente ci scrive che non intende più comperare Cd con la protezione anticopia» ci dice Gianfranco Giardina, direttore di AFDigital, un mensile specializzato che ha lanciato una campagna contro i Cd protetti. «Sia chiaro, noi siamo schierati contro la pirateria, ma non ci piace una tutela ad ogni costo che vada contro i diritti dei consumatori» aggiunge Giardina. «Non c'è nulla di peggio che penalizzare l'acquirente del disco, perché non si frena certo il pirata, neanche quello amatoriale per non parlare di chi lo fa per professione, e si danneggia soltanto l'ultimo sfigato».

Da anni l'industria discografica ha lanciato una vera e propria crociata contro il fenomeno della pirateria. Le *major*, denunciano un calo del mercato del disco che nel 2003, secondo i dati della Fimi, la Federazione dell'industria musi-

Il pirata è dotato di mezzi utili ad annullare il blocco, così il danno collaterale pesa solo sugli acquirenti che spendono ancora per un cd regolare



Un negozio di cd musicali

Quante volte il vostro lettore rifiuta un cd nuovo? Tranquilli: sono solo i dispositivi antipirateria a bloccare l'ascolto. Anche se non siete pirati pagate pegno a chi ha costruito il lettore e a chi ha inciso il cd. E magari vi viene una gran voglia di scaricare gratis da Internet...

Disco protetto, disco inservibile

Quando uno compera un disco, che cosa compera? Un oggetto, o una licenza d'uso, il diritto cioè di ascoltare la musica? Non è una quesito così ozioso, perché attorno a questa domanda ruota il diritto o meno di fare una o più copie. Che può rovinarsi: graffi, polvere, ditate. Che si deteriora con il tempo e con l'uso. Non credete a chi vi dice che i Cd sono eterni: alcuni tra i primi Cd prodotti dopo pochi anni cominciarono a sgretolarsi per colpa di alcune resine usate per la loro produzione. La situazione adesso è migliorata, ma comunque col passare del tempo anche un Cd si rovina, invecchia naturalmente. Forse il Cd, rispetto al buon vecchio, nero disco di vinile, non si rovina per l'attrito della puntina, ma è molto più fragile nell'uso quotidiano. Basta una ditata di qualcuno con una pelle appena più grassa o acida del normale per infliggergli una ferita incurabile. E adesso, si scopre, la protezione anti-copia che i discografici inseriscono nel Cd li rende ancora più fragili. Impossibile? Non tanto. I Cd sono realizzati secondo le specifiche di un documento che si chiama Red Book. Tra le specifiche sono previste anche certe tolleranze contro gli errori di lettura per far sì che un graffio invisibile non renda inservibile il disco. Per funzionare le protezioni anti-copia devono ridurre le capacità di correzione degli errori del disco, e dunque lo rendono più sensibile ai danni fisici. Lo sostiene anche la Philips, che inventò il Cd. Ha dichiarato alla Reuters Gerry Wirtz, dirigente della multinazionale olandese: «Questi dischi protetti col tempo possono diventare inservibili» t.d.m.

cale italiana, è stato del 7,6 per cento a livello mondiale.

Nella furia della battaglia contro i pirati, le *major*, discografiche (il mercato del disco è controllato per l'85 per cento da cinque sole etichette) colpiscono però spesso il pirata e il consumatore in buona fede che è ancora disposto a spendere cifre non proprio piccolissime per comperarsi un disco "regolare". Gli americani li chiamano *collateral damages*, danni collaterali, quando per colpire un guerrigliero iracheno bombardano una casa ammazando una famiglia intera.

Che sia proprio questo che succede, lo si capisce dalle decine e decine di segnalazioni fatte sulla rivista di Giardina dai lettori che hanno comperato un Cd ma non possono ascoltarlo come vorrebbero. Lo confermano i rivenditori. Il responsabile del reparto dischi della filiale di una grande catena di distribuzione nazionale ci dice che le richieste di sostituzione per dischi protetti e non funzionanti oscillano tra le cinque e le dieci al giorno.

«A dire il vero i dati sui malfunzionamenti non sono così rilevanti» commenta Enzo Mazza, direttore generale della Fimi. «Le sostituzioni di Cd protetti sono inferiori a quelle per Cd danneggiati, e parliamo di un migliaio di pezzi su circa cinque milioni di dischi venduti» dice ancora Mazza.

Il problema tuttavia non è poi così banale. Non si tratta solo di proteggersi contro la pirateria. Anzi: il pirata, anche quello casuale, ha a disposizione molti strumenti facilmente reperibili su Internet per saltare la protezione e farsi tutte le copie illegali che vuole. I Cd protetti impediscono però anche la singola copia privata, che la legge invece consente. Al punto che ci troviamo di fronte ad un paradosso legale che prima o poi dovrà essere risolto. Non molti lo sanno, ma per ogni Cd registrabile paghiamo un balzello alla Siae (si aggira sui 37 centesimi per disco vergine), che serve a compensare gli artisti e i discografici per le copie casalinghe. Della serie gabbati e bastonati, i consumatori pagano così un diritto per fare una copia che non possono invece fare perché il discografico, che incassa una parte di quella tassa, glielo impedisce.

Niente male, non c'è che dire. E allora si capisce perché un Cd protetto, diventata, nella coscienza e nel tam tam dei consumatori, un Cd corrotto. E la tentazione di prendersi la stessa canzone nel vasto mondo di Internet anziché nel negozio sotto casa, rischia di diventare forte.

Si impedisce anche la copia ad uso personale che è pienamente legittima. E la gente si stanca di comprare nuovi cd

studi

Allegrì: Internet non uccide il cd

«Stanno vuotando il mare con un secchiello» ha scritto un tale qualche giorno fa sul forum di un sito Internet dove si discute spesso di *peer-to-peer*, quelle tecnologie che consentono lo scambio di file su Internet senza dover passare per un server centrale.

Si riferiva alla battaglia delle *major* discografiche e del cinema contro quel fenomeno che viene sbrigativamente classificato sotto la generica etichetta di «pirateria». Secondo uno studio di due ricercatori americani, Felix Oberholzer della Harvard Business School e Koleman Strump della University of North Carolina, nel 2003 sul *network* Fasttrack/Kazaa, uno dei più popolari, ci sono stati in media tre milioni di *downloader* collegati simultaneamente che si sono scambiati qualcosa come sei miliardi di brani musicali. Sono cifre gigantesche, e fanno sorridere i 257 pirati sparsi tra Canada, Danimarca, Germania e Italia, denunciati lo scorso marzo dalle varie associazioni dei discografici.

A queste legioni sterminate di persone impegnate a trasferire file di tutti i generi da un computer all'altro, i discografici rispondono con i dispositivi anti-copia dei dischi, con le denunce e con una martellante campagna dove l'unico termine che si ricorda è quello, piuttosto sgradevole ammettiamolo, di pirata.

La tesi dei discografici è che gran parte del declino nelle vendite mondiali dei di-

schì è dovuta alla pirateria. Una tesi a prima vista ragionevole, ma che raramente è stata sostanziata con dati certi. Eppure non è la prima volta che l'industria del disco vede precipitare le vendite. È successo in passato, in varie occasioni, quando non esistevano né Internet né il *peer-to-peer*. Ad esempio attorno ai primi anni Trenta, all'inizio degli anni Sessanta, e ancora a metà degli anni Ottanta il disco ha visto le vendite andare in picchiata. Internet? No. Anzi, dicono i due studiosi statunitensi citati, nel biennio successivo al 1999, quando apparve Napster che inaugurò la stagio-

ne dello scambio di file in Internet, le vendite di dischi rimasero stabili.

Nello studio statunitense (intitolato *Gli effetti del file-sharing sulla vendita dei dischi - Un'analisi empirica*), si afferma per esempio che l'80 per cento dei *downloader* hanno comperato un disco dopo averne ascoltato alcuni brani grazie allo scambio su Internet. Ma la sorpresa arriva nelle conclusioni. Non chiedete perché (troppe tabelle, troppe equazioni: chi volesse approfondire può trovare facilmente la ricerca su Internet) ma secondo Oberholzer e Strump la cosiddetta «pirateria» non ha

alcun effetto sulla dinamica delle vendite delle case discografiche. Le ragioni della crisi sono, per i due, altre, anche se non lo spiegano. Non è certamente il *file-sharing*. Sorprendente? Non tanto. Il disco e il file musicale scaricato sono due entità talmente diverse che non si fanno concorrenza. Intanto sul piano della qualità: la musica del Cd è incomparabilmente superiore a quella compressa in Mp3 o qualsiasi altro formato che si trova in Internet. Sono diverse anche le modalità di fruizione: salotto e lettore di Cd per il disco comperato, cuffie o le banali casse di pessima qualità

del computer per la musica scaricata.

C'è, è vero, il boom dei *player* portatili di musica digitale che stanno prendendo lentamente il posto dei vecchi *walkman*. Ma quella è un'altra storia, come è un'altra storia quella dei negozi di musica *on-line*. Giusto un anno fa la Apple lanciava il primo, vero negozio *on-line*, lo *iTunes Music Store*. Molti altri ne hanno seguito l'esempio, ma con molto minore successo. In undici mesi il negozio Apple ha venduto 50 milioni di brani musicali, al prezzo di 99 centesimi di dollaro l'uno ed ha un catalogo di 500 mila canzoni. Ciò nonostante i discografici sembra vogliono aumentare i prezzi, in modo che un album comperato *on line* costi più dello stesso Cd comperato in negozio. Se questo non è suicidio..

t.d.m.