

Paradossi

La rivincita del vinile Ma l'industria arranca

Ellepi È il supporto musicale che non solo tiene di più, ma che ha anche incrementato le vendite (pur in una micro nicchia di mercato). Parliamo del vinile, che nelle proiezioni di quest'anno sul mercato Usa è dato in aumento del 50%. Così ci si trova paradossalmente a dover affrontare una richiesta troppo grande, in un momento in cui molte fabbriche di stampa sono già state smantellate. In Italia il vinile lo si trova alle fiere (come quella di Sinigaglia, o a Vinilmania, il 17 e 18 ottobre a Milano), ai mercati giusti come Porta Portese di Roma, in qualche negozietto superstiti e soprattutto on-line. Già, perché ormai è qui che i collezionisti si danno appuntamento. Siti di negozi che hanno chiuso e rimangono solo sulla rete o siti nati esclusivamente sul web come vinylmail.com (per i collezionisti sixties), blackoutfirenze.it, vinilica.it (dischi usati e non solo), asburyrecords.com (è dall'85 che vendono per corrispondenza), discobolandia.it. **SI.BO.**

(dal titolo di un disco di Robert Wyatt) resiste a Firenze e New Record a Bari, la stessa sorte non è toccata allo storico Nannucci di Bologna, per il quale i ragazzi arrivavano in treno da tutta l'Emilia per trovare la musica «buona». Un blogger ricorda che nel periodo natalizio da Nannucci neppure si poteva entrare tanta gente era pressata nel locale alla ricerca del regalo giusto. Il negozio ha chiuso a febbraio scorso ma on line rimane una forza, così come Difunzioni musicali.

PENSANDO A HORNBY

Eppure il negozio on line, anche se ti permette di scegliere tra migliaia di titoli e spesso anche di risparmiare qualche euro ricevendo tutto a casa, non è la stessa cosa del bugigattolo tenuto dal commesso nerd e super appassionato stile *Alta fedeltà* di Nick Hornby. La mancanza del negozio di dischi è mancanza di dialogo, di scambio, di crescita. Perché la musica è anche tatto, è oggetto di desiderio del proprio feticismo. Ma la crisi corre, e non è solo l'Italia a soffrirne.

A New York, da sempre mecca, assieme a Londra, per gli amanti della musica, in vinile o cd, non se la passa meglio, è strage di megastore (nonostante i continui «nice price»). Ha iniziato la Tower Records nel 2006, poi

a marzo ha chiuso l'ultimo Virgin, quello storico di Times Square. Per i negozietti sembra andare un po' meglio: se difatti da poco ha chiuso a Brooklyn Beat Street (punto di riferimento per i vinili hip hop e reggae), altri specializzati resistono, soprattutto quelli devoti al vinile e si trovano in gran parte a Williamsburg, quartiere artistico per eccellenza degli ultimi anni. Qui hanno il loro quartier generale Sufjan Stevens, Mgmt e company, qui gira la musica alternativa che conta.

Stessa cosa vale per Londra, altro paradiso di deejay e appassionati di musica («un tempo - racconta il dj romano Luzyelle - se volevi una cosa te la dovevi guadagnare, io per andare negli Stati Uniti o Londra mettevo soldi da parte tutto l'anno. Oggi, e lo dico senza nostalgie o brontolii da vecchio, l'ultimo che si alza dal letto e decide che vuole diventare dj va su internet, digita i titoli che vuole, paga e i dischi gli arrivano belli belli e impacchettati a casa»), dove i megastore chiudono ma gli scantinati a Camden non si smuovono.

Così, mentre Fnac ha più elettronica, schermi al plasma e playstation che dischi, altrove troviamo dei felici paradossi come il Labirinto di Casale Monferrato, un piccolo negozio di libri e dischi attento ai jazzofili che vende più John Zorn di tutto il Piemonte. «A Treviso, città dove sono nato e cresciuto, esistevano un Ricor-

COSÌ CANTÒ GUCCINI

«Io canto quando ne ho voglia senza applausi o fischi: vendere o no non passa fra i miei rischi, non comprate i miei dischi e sputatemi addosso...». (Francesco Guccini, «L'Avvelenata»)

di store, un negozio di musica classica e jazz chiamato Mezzoforte, tre negozi di dischi indie e due di musica pop, di cui uno forniva vinili per deejay - ci spiega Massimiliano Monti del portale loudvision.it - Ha resistito solo uno dei tre indie. Tutto il resto ha chiuso. La formula vincente è stata quella della ricerca certosina nel mercato d'importazione».

E le case discografiche ancora in vita? Corrono ai ripari proponendo on line sconti sul loro catalogo multimediale e concentrandosi sui loro best seller (soprattutto musica di catalogo) e soprattutto vedendosi bene dal produrre musicisti nuovi su cui sarebbe il caso di investire. ♦

Copyright, storia (capovolta) di un diritto

I diritti d'autore sempre di più diventano «diritti degli editori»: nella battaglia sulla cosiddetta pirateria, a rimetterci è la libertà d'espressione. Gli altri? Ci guadagnano e basta

La polemica

GIORDANO MONTECCHI

giordano.montecchi@libero.it

Immaginiamo che domani la Berlusconi Incorporated emani una legge che impone ai cittadini di seguire i programmi Mediaset per almeno due ore al giorno. Quel che resta dell'opinione pubblica vomiterebbe e forse l'opposizione griderebbe al conflitto d'interessi. Ma non è detto. Perché la Berl. Inc. non inventerebbe nulla di nuovo. Questo sopruso infatti è della stessa natura di quello che abitualmente holding editoriali e discografiche compiono tramite governi compiacenti, strappando norme sempre più poliziesche sul copyright il cui unico fondamento giuridico è quello di non rimetterci quattrini. Via via, ciò che una volta fu il pilastro della crescita e della diffusione delle idee e della civiltà, la copia, viene trasformato in reato: con le leggi di oggi tutto il Medioevo degli amanuensi sarebbe fuorilegge.

Un pianeta trasformato in bollitore o in mattatoio di un'umanità regredita a bestiame da allevamento è allucinante. Ma lo spettacolo di un'era tecnologica votata a perfezionare le tecniche di riproduzione dell'esistente, dalla pecora Dolly al digitale, mentre le leggi si accaniscono contro chi osa fare una sola fotocopia è semplicemente surreale.

Tutto ruota - per restare in tema - attorno a una falsificazione che contrabbanda come diritto d'autore ciò che è semmai «diritto d'editore», ossia l'esercizio rapace di una assoluta proprietà sull'opera di un autore-gallina-dalle-uova-d'oro, schiavo di un editore che è padrone di spararlo in mondovisione o di mandarlo al macero secondo convenienza e che pretende solo di incassare quattrini dal-

la sua opera per l'eternità, vietandola a chicchessia. A questa deriva del copyright che è la negazione strisciante di ogni libertà di informazione e di espressione, dovrebbero ribellarsi non i *downloaders* o gli studenti universitari cui viene negato il loro diritto più fondamentale, bensì gli autori stessi. Discettando sulla morte dell'autore, Barthes e Foucault dovevano seguire la pista dell'omicidio. Avrebbero scoperto che l'assassino è quello stesso sistema editoriale che dopo aver creato l'autore moderno, lo ha eliminato, sostituendolo con un clone mediatico.

«Pubblicare» significa consegnare al mondo un'opera che nel momento stesso in cui nasce non è più mia ma di tutta l'umanità. E che la libertà di espressione, da qualsiasi buco la si guardi, impone di considerare come patrimonio di tutti, fermo restando il sacrosanto principio per cui, in virtù della mia paternità irrevocabile, chiunque guadagni qualcosa (soldi o gloria) grazie a quell'opera me ne deve una parte. Copyright e libertà possono convivere solo a condizione che l'opera pubblicata sia effettivamente pubblica da subito e non solo dopo che l'editore l'avrà gettata avendola spremuta come un limone, avendo incassato il pizzo da chiunque ne volesse fare uso e - non da ultimo - avendo espropriato l'autore di gran parte del suo legittimo guadagno.

Non è l'autore che muore, bensì l'editore, divenuto un intermediario tecnologicamente e storicamente obsoleto (in musica il fenomeno è eclatante). Il fatto che continui a imporre le sue pretese, accusando di pirateria il resto del mondo ricorda molto la barzelletta del vecchietto che imboccata l'autostrada contromano inveisce contro quella marnada di pirati della strada che non rispettano le regole. ♦