

L'industria discografica trema: la musica è «libera» su Internet

Il canto del cigno delle etichette

DI VINCENZO ZENO-ZENCOVICH

La rivoluzione delle tlc, così come ha cambiato i rapporti dentro e fra le imprese, il modo di vendere i beni, i servizi forniti a distanza, le comunicazioni personali e altro ancora, non poteva non incidere sul diritto d'autore. Infatti, l'esigenza di fissare regole di "proprietà intellettuale" nasce con l'avvento delle tecnologie che consentono un'illimitata riproduzione dell'opera (e dunque con la stampa tipografica).

continua a pagina 3

IL SOLE 24 ORE

Lunedì 8 Maggio 2000

■ DALLA PRIMA

Il canto del cigno per le «etichette»

È chiaro che con Internet — il quale moltiplica la possibilità di riprodurre, in forma digitale, le opere più svariate (scritti, audio e video) con facilità, a distanza, e con crescenti livelli di perfezione tecnica — era inevitabile che scoppiasse la "grana" che ha visto contrapporre tutte le case discografiche americane alla Mp3.com di Michael Robertson, ottenendo una *preliminary injunction* nei confronti di quest'ultimo.

Vanno considerate tre prospettive.

Gli aspetti giuridici. La diffusione su Internet di opere protette (fra cui ovviamente vi sono quelle musicali) va considerata come violazione dei diritti di sfruttamento esclusivo; vi sono, certamente, delle eccezioni che consentono il libero uso (si pensi ad esempio alle biblioteche pubbliche). Tuttavia se la diffusione è indirizzata al pubblico, viene effettuata in maniera sistematica e dietro corrispettivo, è difficile contrastare l'azione delle potenti case discografiche.

Gli aspetti tecnologici. In realtà, come ben sanno tutti gli esperti di proprietà intellettuale e industriale, i problemi principali nascono non dall'assenza di leggi, bensì dalla difficoltà di applicarle. E come è impossibile arrestare le centinaia di venditori ambulanti di borse "griffate" contraffatte, così è impossibile bloccare attività di trasmissione via Internet di opere protette. Colpito un sito, l'indomani ne sorge un altro.

L'industria tradizionale ha vinto una battaglia non la guerra

La soluzione è eminentemente tecnologica e consiste nello sviluppo di sistemi di crittazione che rendono impossibile, in origine, la riproduzione dell'opera, impedendo dunque anche i passaggi ulteriori. I progetti in atto sono numerosissimi, ma nonostante i rilevanti investimenti l'efficacia dei sistemi è ancora bassa.

Le prospettive. In realtà la novità di Mp3.com era rappresentata non tanto dalla fornitura on line di opere musicali digitalizzate, quanto dalla costituzione di una rete alternativa di distribuzione delle stesse: eliminato il supporto materiale, inutili i negozi, i costi di produzione (e dunque di vendita) dell'opera sono drasticamente ridotti, offrendo accesso al mercato a tutti quegli autori, in particolare nuovi, che vogliono sfuggire ai contratti capestro delle case discografiche.

Sotto questo aspetto il progetto di Mp3.com è un pericolosissimo concorrente dell'industria tradizionale, perché costituisce l'inizio della fine delle "etichette". Stante l'inevitabilità delle nuove tecnologie, l'industria tradizionale ha ora vinto una battaglia, ma difficilmente potrà vincere la guerra.

Né potrà giovare la timida proposta di direttiva comunitaria sull'andamento del diritto d'autore alla società dell'informazione (Com 1999-250 def.), la quale è costituita attorno a una realtà — quella di un necessario supporto materiale — in via di superamento e non imbocca con sufficiente coraggio la strada dei "servizi musicali" da pagarsi come qualsiasi altro servizio telematico e rispetto alla quale la facilità di fruizione e il basso costo aumentano la diffusione e dissuadono dalla riproduzione non autorizzata.

VINCENZO ZENO-ZENCOVICH