

Verso l'accordo tra major e Qtrax

## «Non sarà reato scaricare musica dal web»

■ ■ ■ FEDERICO UNNIA

■ ■ ■ Legalizzare lo scaricamento di file musicali da internet cercando allo stesso tempo di mettere da un lato un freno al dilagante fenomeno dell'illegale utilizzo delle opere musicali, e dall'altro di arrestare la grave crisi economica in cui sono piombate le grandi major della musica.

Sarebbe questo - facile a dirsi, meno a farsi - l'obiettivo dell'accordo cui starebbero lavorando le grandi imprese della musica mondiale da un lato e la Qtrax. Annunciato come la soluzione al problema del secolo, ovvero quello di scaricare gratis file musicali senza infrangere alcuna legge sul diritto d'autore, l'ipotesi che prevederebbe per le major una remunerazione attraverso una quota degli investimenti pubblicitari attratti dalla piattaforma online che gestirà il servizio è stata subito smentita. Quel che è certo, comunque, è che prima o poi un'intesa verrà raggiunta.

«È un percorso obbligato, imposto anche dalla crisi profonda del settore musicale, che deriva dallo scaricamento in rete.

Quindi, prima o poi si troverà l'accordo sulle condizioni relative», dichiara l'avvocato Alberto Pojaghi, tra i massimi esperti di diritto d'autore. Nel corso della sua attività, Pojaghi ha assistito le principali case discografiche internazionali sullo spinoso problema dello scaricamento illegale.

Se gli si domanda se sia o meno corretto prevedere di remunerare l'autore e la casa di produzione attraverso una quota dell'introito pubblicitario del sito, «pecunia non olet», risponde Pojaghi.

«Sul versante dei titolari di diritti», chia-

risce, «quindi ben venga una formula che garantisca comunque una giusta remunerazione del lavoro creativo». Ma questa soluzione aiuterebbe davvero l'industria discografica? L'avvocato è convinto di no: «Non credo, perché vedo piuttosto rischi sul versante della percezione da parte dei consumatori», spiega.

«Il fenomeno», continua, «è comune ad altri settori, ma con una differenza. Il quotidiano gratuito dà infatti solo la notizia già diffusa dall'agenzia, senza quindi alcun contributo creativo rilevante. Mentre l'ap-

profondimento è offerto dalla stampa a pagamento. Lo stesso vale per la televisione generalista rispetto alla pay tv. Si può quindi dire che la diffusione gratuita in tali settori abbia una valenza anche promozionale dell'utilizzo a pagamento. Nella musica invece il prodotto è quello che è; è quindi in tal caso il fenomeno rischia di disincentivare l'acquisto».

Inoltre, secondo Pojaghi, un altro aspetto è problematico: l'utilizzo gratuito di un prodotto o di un'opera porta a svilire il prodotto. Un accordo, comunque dovrà essere raggiunto: interessa ad entrambe le parti in gioco, se non proprio guadagnare quantomeno non perderci tutto come capita adesso.

E a proposito delle soluzioni auspicabili per risolvere questo problema, Pojaghi afferma: «Direi che una soluzione equilibrata per gli interessi in gioco sia quella Napster/Ericson. Lo scaricamento del solo pezzo desiderato a un corrispettivo pro-rata rispetto al costo del Cd fisico rappresenta a mio avviso il giusto punto di equilibrio dei contrapposti contrapposti».

