

Ziccardi: Do molto volentieri la parola al prossimo relatore Jacopo Koch, Direttore Generale di Web Music Company che parlerà del sistema Liquid Audio. Torniamo in tema di protezione e funzionalità utente, quindi il rapporto di interfaccia con l'utente di un sistema ormai consolidato di diffusione della musica in rete.

"Liquid audio: protezione e funzionalità-utente di un sistema consolidato"

JACOPO KOCH  
*Direttore Generale di Web Music Company,  
Editore di ww.vinile.com*

Oggi esistono diversi sistemi per diffondere sulla rete materiale protetto da copyright. Noi ne utilizziamo uno che si chiama Liquid Audio. Tanto per fare un riferimento al primo argomento della giornata quello dell'avv. Sarzana, la società che a gennaio del 1999 ha firmato la prima licenza sperimentale con la Siae è proprio la Web Music Company, di cui io sono direttore generale e che oggi qui rappresento.

Dopo tre mesi di lavoro con la Siae, ove allora ancora non esisteva la sezione multimediale, infatti, il dott. Gasparro era stato appena deputato a costruirla ed insieme a noi è stato scritto quel primo testo che è stato firmato dal mio presidente. Oggi sono anche membro del board dell'EdiMa che è la European Digital Media Association, il cui presidente è Marconetto, con il quale siamo in totale comunanza di idee e di visione su alcuni fatti.

Per prima cosa, Internet ha rotto i rapporti tra il materiale coperto dal diritto d'autore ed il consumatore finale semplicemente perché ha frapposto un nuovo mezzo tra il primo, che nel nostro caso specifico è la musica, ed i secondi. Un mezzo che non ha nessun tipo di ambizione di ammazzare autori, editori, produttori fonomeccanici ed interpreti-esecutori, al contrario ha semplicemente l'ambizione di mettere in contatto i primi con i secondi. Mettendone a repentaglio le misure di reddito? Diciamo forse. Noi che siamo questi nuovi attori, in particolare, ci poniamo sul mercato contemporaneamente come distributori, rivenditori ed in alcuni casi anche come produttori. Abbiamo il problema, come ha detto l'avv. De Angelis, di dover fare il giro delle sette chiese per reperire tutti i diritti connessi. Giustamente ogni diritto ha diritto di essere tutelato. Lo facciamo con un interlocutore pubblico che è la Saie e con i singoli interlocutori privati, le case discografiche per i diritti di sfruttamento commerciale. Vendo un pezzo di musica, del prezzo corrisposto ognuno si tiene la propria fetta. Ma ci sono tutta una serie di diritti connessi, quali il webcasting, il simulcasting, l'on demand webcasting, dal mio punto di vista anche se per questa ultima forma molti, soprattutto, le etichette discutono, se possono essere licenziati una tantum con un'unica licenza ed un unico interlocutore. E' nata la SCF (Società Consortile Fonografici). Bene che si metta al tavolo con noi, esistiamo, siamo io e Marconetto, per quanto riguarda l'Italia, sediamoci e discutiamo.

Con la Siae la licenza del 2001 è stata fatta con tre tornate di lavoro, tra ottobre e dicembre dell'anno scorso. Nel frattempo, abbiamo inserito il satellitare e le suonerie, che sono nate mentre stavamo a quel tavolo. E' un mercato nuovo che vale zero e non ha l'ambizione di valere più del 7-8% del mercato complessivo sia dei diritti fonomeccanici che di altri diritti. Stiamo parlando, comunque, di una nicchia, se vogliamo di un canale distributivo alternativo ma non competitivo con i canali tradizionali. Inoltre, ci scandalizziamo del tutto gratis? Ma allora che dire delle radio? Le radio pagano la Siae, sfruttano quella musica, raccolgono pubblicità con la musica. Noi non riusciamo neanche a raccogliere pubblicità. Qui mi collego al mio intervento, sono un uftopico, come si dice sulla rete, possiamo anche mettere quei limiti che si dice ci siano nel mondo reale. Con le radio tu duplichi una copia, tanto che ora ci sono i sistemi di nero, di interruzione precedente e di intersezione di testo e della voce durante la trasmissione per evitare le copie operate delle radio. Ma lo possiamo fare anche noi molto semplicemente. La tecnologia ci aiuta a favorire la circolazione di musica, anche in maniera illecita, ma anche a favorirne la circolazione, magari, non

per lo sfruttamento primario, ossia di vendere quel pezzo di musica. Vi faccio una domanda. Per quale motivo non possiamo vendere un pezzo di musica ad un prezzo determinato dal mercato e non dall'offerente del prodotto? Io quando prendo in licenza la musica da vendere, il produttore mi dice che non la posso vendere a meno di un diciamo un euro +Iva. Questo è un estremo limite perché io potrei vendere quei pezzi di musica con supporti alternativi al supporto fisico in maniera assolutamente sicura e senza mettere a repentaglio la vendita del supporto fisico, che ha tutta un'altra forma di consumo. Se volete vi racconto in che modo, ma se vogliamo questi sono dettagli, ci sono gli abbonamenti, ci sono le formule a tempo e non a consumo. E' possibile, pertanto, mettere dei limiti al consumo e dare un valore a questo tipo di fruizione della musica che diventa un servizio.

Liquid Audio è un sistema di cui non siamo né distributori esclusivi, né proprietari, né percepiamo royalty parlandone bene. E' un sistema che utilizziamo, come utilizziamo Window Media e Real Player per il video streaming. E' un sistema in cui crediamo. La società produttrice è dedicata allo sviluppo di servizi software per la diffusione della musica in rete, sia a pagamento che gratuita, e che permette di fare tante cose con le quali vorremmo fare business, ma non possiamo. Non per colpa della tecnologia ma per mancanza di flessibilità ed elasticità, e, soprattutto, per mancanza di materia prima ossia dei contenuti.

Ho preparato delle slide per far vedere l'estrema facilità per l'utente, sia esso discografico, artista, editore ed autore di utilizzare questo tipo di strumento. Gli utenti possono affidare tale compito a terzi, come noi, ma la cosa non è assolutamente necessaria.

In realtà la mia missione politica l'ho già assolta con questa premessa. Solo per darvi un'idea di quanto è facile realizzare uno sfruttamento sul web di un pezzo di musica, vi faccio vedere una slide con la quale concludo.

Nella slide n.... potete vedere cosa succede quando vendiamo un pezzo di musica. Noi fungiamo da collettori di diritti fonomeccanici, di diritti autorali, incassatori di denari per conto terzi, come i negozianti, diffusori di contenuti nella clip di 30" di prova di un brano prima che esso venga venduto. Noi siamo degli interlocutori tecnologici sia per l'end user, sia per il titolare avente diritto, inoltre agiamo come interfaccia della Siae.

Questo sistema così complesso è un sistema per il quale ogni attore come la Siae, da una parte, e l'avente diritto, dall'altra, che è quello raffigurato in rosso sopra a sinistra, la Liquid Audio, che è il nostro agente terzo non avente interessi di parte, che da ogni vendita guadagna un frammento di dollaro, per cui a tutto l'interesse a non occultarlo ai discografici o agli autori.

Cosa dire dell'interfaccia finale con l'utente finale? Questo sistema è fatto con una semplicità che sorprende l'utente che si avvicina alla rete, ma dietro vi assicuro che c'è una struttura estremamente complessa in cui ciascun attore della catena può interagire con una login, una password e capire cosa è stato fatto nell'ultimo trimestre, semestre, anno o giorno, sapere cosa è stato scaricato e, qualora sia stata venduta qualcosa, cosa sia stata venduta, in modo assolutamente banale.

Queste sono le pagine che noi per conto delle etichette discografiche o le etichette discografiche che intendono farlo in autonomia vedono nel momento del ripping da un Cd audio o un Mp3.

Questo per esempio (slide n...) è un sistema di equalizzazione della musica in digitale, ci sono tutta una serie di sistemi di algoritmi di compressione e di feding della musica. Io che sono un ingegnere non riuscirei a dare una spiegazione ingegneristica di questo. Noi prepariamo dei pre-set con cui l'encoding viene fatto. E' chiaro che encodare un pezzo di musica classica non è lo stesso che encodare un pezzo di musica dance.

Questo (slide n...7) è il comando per dire che cosa voglio fare con quel pezzo di musica. Ho preso un Cd audio, l'ho messo dentro, ho scelto i trenta secondi che per me è la clip, lo encodati con tutti gli algoritmi, equalizzati ed ottimizzati da un punto di vista audio. Adesso devo dargli un valore commerciale ossia devo metterci dentro un sistema che li tuteli, un watermarking. Ossia una traccia elettronica, craccabile o non craccabile che sia, e devo decidere che utilizzo farne, commerciale o

promozionale, ma l'interfaccia è sempre questa. Lo encodo in tre-quattro velocità, dalle 28,8 alla Cd quality intesa come dimensione del file. Decido se ne devo fare un download, ed è la seconda tabellina in alto a sinistra, libero o in vendita a pagamento. Quindi è molto semplice un file musicale può essere fatto ascoltare, scaricare o comperare con la stessa semplicità di interazione con il sistema. Posso poi decidere se far ascoltare il clip del pezzo a titolo o l'intera canzone a titolo di pre-ascolto.

Una volta che ho deciso di farlo pagare indico il prezzo e dove reperire la canzone nel mio server, do la possibilità di acquistare anche il Cd perché riteniamo che ciò non metta a repentaglio la vendita on line. Molte volte gli utenti decidono di acquistare prima il brano on line e poi ci chiedono di acquistare il Cd. Posso decidere inoltre di imporre delle restrizioni.

Nel caso ad esempio in cui lo utilizzi gratuitamente, abilito il free download, ciò vuol dire che l'utente può semplicemente scaricarselo, è gratis.

Posso però inserire delle restrizioni temporali in maniera assolutamente banale, ossia lo rendo scaricabile da oggi sino a trascorso un mese, perché magari poi esce sul mercato in Cd fisico, e quindi utilizzo la rete a puro scopo promozionale. Il pezzo di file non è masterizzabile, sta su quel Pc, dura sino alla data prestabilita dopo di che, anche se non è collegato al mio sistema, quel file esplose in quanto c'è un time-bombing all'interno e non è masterizzabile. E' chiaro che è riproducibile: uscita audio, registratore, masterizzatore. Banale. Così come è riproducibile un vinile. Poi ci infilo dentro il watermark, lo faccio masterizzare ed in caso di duplicazione pirata di quel cd masterizzato, quel watermark viene riprodotto per cui si sa quale è l'utente che lo ha masterizzato e quale è il server da cui questa masterizzazione è stata consentita. Probabilmente nessuna Guardia di Finanza del mondo potrà prendere queste persone. Il watermark è comunque uno strumento che permette di tracciare un atto illegale ed è sicuramente molto più efficace di qualsiasi altro sistema di duplicazione fisica di Cd adesso esistente.

Poi farne un uso restrittivo sbagliato? Benissimo. Free download per tutti. Non li masterizziamo oppure masterizziamoli e facciamoli esplodere dopo trenta giorni. Io l'altra sera sono stato tenuto sveglio da un concerto gratis pagato da un noto produttore di cornetti gelati, l'Algida. Ripeto gratis. Si esibivano artisti importanti che non sono stati pagati con il biglietto di quel concerto, probabilmente sono tutti artisti il cui Cd è nei negozi in questi giorni e anche un'attività di attività promozionale li giova sicuramente.

Anche sul web queste attività possono essere fatte mettendo a repentaglio molto meno il valore economico e patrimoniale di tutti i diritti connessi a questo tipo di sfruttamento. Grazie.