

LA KO-REC, IL MERCATO, E L'ALTRA MUSICA POSSIBILE

Prologo

Sarebbe davvero difficile considerare il musicista – colui il quale dà vita ad un processo creativo di produzione artistica – estraneo alla divisione del lavoro intellettuale, all'intelletto collettivo, a quel *general intellect* di marxiana memoria. Vero è che tanti musicisti sembrano dimenticare questo particolare non proprio irrilevante mentre altri, pur di non essere associati al branco di questi sedicenti artisti, preferiscono che non gli si affibbi una simile etichetta. Come biasimarli d'altronde, i circuiti *mainstream* offrono un panorama di tale desolazione che sembra rendere legittima la scelta di chi, pur facendo musica, preferisce prendere le distanze sia dal termine artista sia da quello di musicista. In questo breve scritto, eppure, proveremo ad esporre alcuni degli elementi che ci portano a considerare come possibile un'altra "musica", dove il riferimento è a quei meccanismi che spingono verso una trasformazione maggiormente egualitaria e democratica dello stato delle cose: l'emancipazione relativa del processo creativo di produzione artistica dalle dinamiche dell'accumulazione di capitale, lì dove sembrano agire solo meccanismi che invece ne delimitano l'autonomia. Questa contesa, di fatto, rimodellerà il concetto di proprietà intellettuale che abbiamo ereditato dal diciannovesimo secolo.

1. L'auto-produzione, il mercato e il contromercato musicale

Nel suo scritto *Macchine radicali contro il tecnoimpero*, Matteo Pasquinelli sostiene: "Tre tipi d'azione che nell'ottocento erano ben distinte – lavoro politica arte – ora si sono integrate in una stessa attitudine e sono centrali in ogni processo produttivo. Per lavorare, fare politica, produrre immaginario oggi ci vogliono competenze ibride. Questo significa che siamo tutti lavoratori-artisti-attivisti ma significa anche che le figure del militante e dell'artista sono superate e che tali competenze si formano in uno spazio comune che è la sfera dell'intelletto collettivo". In sostanza condividiamo questa affermazione, ma prima di abbandonare le vecchie distinzioni proviamo a fare un quadro della situazione. Divideremo i creatori di musica – i musicisti – in tre grosse aree di riferimento alle quali fanno capo rapporti, forze e mezzi di produzione differenti e assimeremo questa tripartizione allo schema interpretativo concepito da Fernand Braudel in *Civiltà materiale, economia e capitalismo*. Possiamo così considerare come indipendenti, le cosiddette indy, le etichette che agiscono in un'"economia di mercato" collegata "orizzontalmente" e con una certa presenza d'"automatismi concorrenziali". Ad un livello superiore agiscono invece le grosse etichette (o major), espressione d'interessi delle *giant corporations*: in quel vertice poggiate sia sulla base della "non-economia", della "vita materiale", o auto-produzione, che sullo strato intermedio dell'economia di mercato. Probabilmente le net-label agiscono negli interstizi di questi due piani, ovvero vita materiale ed economia di mercato, mentre il vertice è il piano del capitalismo, quello che lo stesso Braudel definisce "contromercato". Qui sono generate turbolenze e meccanismi perversi che agiscono sui piani sottostanti.

2. Produzione, distribuzione e miti organizzatori

Con tutta probabilità la musica trascende la mera espressione di una tecnica di produzione artistica, anche se le major utilizzano la potente arma della retorica legata alla ricerca di talenti o di virtuosi. Ciò che a loro interessa davvero è avere musicisti che fanno (come si usa dire) catalogo. Dal nostro punto di vista invece la musica – proprio perché forma di rappresentazione delle cose – fomenta, ed è a sua volta

fomentata dai movimenti e dagli immaginari collettivi, dalla costruzione di grandi narrazioni e dalla nascita di miti organizzatori, in un continuo rimando dove la sfera tecnica finisce, ad ogni modo, con l'averne buon gioco. In questo dibattito c'è, da un lato, chi intravede nell'utilizzo di nuove tecniche la perpetuazione di un'illusione. C'è inoltre chi utilizza le nuove tecniche inglobandole in una concezione della composizione musicale quale sistema distaccato da logiche, meccanismi, e processi che muovono il mondo moderno. Sul versante opposto, invece, c'è una corrente di pensiero che intravede nell'interpretazione critica delle tecniche di produzione artistica, la crescita delle possibilità d'emancipazione dell'umanità. Questa visione si è scontrata spesso con una realtà dei fatti che ha visto le major detenere una parte cospicua di mezzi di produzione e di distribuzione, che consentiva loro di attrarre i musicisti, ricavando enormi profitti anche grazie al volume delle vendite. E' questo perché le grosse imprese, applicando alla produzione i principi del fordismo-taylorismo, trovarono terreno fertile per affermarsi in un mondo in cui la distribuzione centralizzata del lavoro dei musicisti risultava essere, di fatto, l'unica via possibile per consentirne una diffusione su larga scala. D'altronde i costi di distribuzione erano troppo elevati anche solo per immaginare soluzioni alternative. L'espansione ineguale delle reti di comunicazione – con l'avvento della pubblicità – fece il resto, permettendo l'innescarsi di quel meccanismo che, da un lato, contribuì a rigenerare le disparità materiali, mentre dall'altro, spingeva ad incarnare il mito del musicista che ha bisogno dei copyright per vivere. Sappiamo che l'umanità è evidentemente inconcepibile senza la carica organizzatrice ed il potere simbolico del mito, ma qui la questione diviene: la nascita di quale mito, per la costruzione di quale umanità?

3. La futura scomparsa delle major

Armand Mattelart, nel suo *L'invenzione della comunicazione*, ritiene che già con il consolidarsi delle reti radiofoniche, la pubblicità diventerà “un modo di coniugare l'ordine delle merci con l'ordine dello spettacolo, di produrre le merci come spettacolo e lo spettacolo come merce. Laboratorio per la produzione della cultura e dell'immaginario dell'«evento», la pubblicità si tramuta in fondamento di una logica commerciale che, con il progredire del tempo ed il succedersi delle innovazioni tecnologiche, diviene sempre più determinante non tanto sul piano dello stimolo all'acquisto, quanto su quello della stessa configurazione del complesso mediatico, al punto di inglobarlo nel proprio complesso”. Oggi eppure sembrano prefigurarsi nuovi scenari. In primo luogo, alcuni attori sociali hanno cominciato ad utilizzare la pubblicità – sovvertendone però la logica via *détournement* – contro le stesse corporation transnazionali. Secondo luogo, con l'arrivo d'internet, i costi di distribuzione dei prodotti musicali si sono ridotti drasticamente. Nella sua *Promessa di un mondo senza copyright*, Fogel intravede la messa a punto di “un meccanismo di selezione più raffinato [che] consentirebbe alle opere di diffondersi solo in base al loro merito”. Nuovi benefici per lui sarebbero apportati da quello che assume i contorni di “un ritorno alla vecchia e ricca cosmologia della creatività”. Il rischio implicito però è che tutto questo si riduca alla ricerca dell'eldorado. Ora rivolgiamo l'attenzione verso alcuni degli argomenti utilizzati dalle forze che animano la battaglia dei copyright. Da un lato, le major che – via procedimenti penali – provano ad imporre la loro visione, appoggiate in maniera becera solo da alcuni musicisti che abbagliati dai loro privilegi, sembrano non avere ancora capito chi, come, e perché *tira i fili dei burattini*. Grosse etichette che, qualunque sarà il risultato estorto da questi procedimenti penali, o dalle prossime legislazioni che proveranno a disciplinare il *peer-to-peer*, escono già sconfitte, screditate nell'immaginario di chi – resistendo – continua a praticare la condivisione dei file. Come già detto, però, non è tempo per le facili illusioni. Il loro declino, infatti, non passerà necessariamente per un miglioramento delle condizioni materiali in cui vivono i musicisti, anche se è probabile che le major non sopravvivano nella loro forma attuale. Destinate a soccombere poiché schiacciate dal peso del loro stesso successo. In effetti, quello stesso meccanismo che ne ha determinato l'ascesa – sul lungo periodo – ne logora le fondamenta, gettando le basi di quello che viene ad essere un lento ed inesorabile declino.

4. I regni dell'opacità

La vita materiale ed il capitalismo, la base ed il vertice, anche se per motivi differenti, sono definiti da Braudel i “regni dell'opacità”. Di sicuro è difficile svelare l'arcano della produzione degli enormi profitti, lì nel laboratorio segreto dove il possessore del denaro incontra quello del potere politico. Così come la mancanza di una documentazione storica adeguata rende difficile individuare e classificare le pratiche di resistenza alle turbolenze di chi si muove a livello della vita materiale, anche se il rapporto tra le due dimensioni, ovvero tra un certo tipo di pirateria e grosse etichette, non è proprio privo d'ambiguità. Così diventa davvero difficile arrivare a capire cosa i responsabili di queste etichette hanno in testa quando parlano di caccia alla pirateria. Enrico Menduni, nel suo libro *Il mondo della radio*, sostiene: “La caccia ai «pirati» ha sempre un limite nel fatto che i loro veloci vascelli hanno il pregio di trasportare i prodotti dei danneggiati in porti lontani dove non sarebbero riusciti ad andare. Ricordiamo anche che [...] il confine tra pirateria ed establishment non è mai stato troppo rigido. Nell'era di una riproduzione tecnica così perfezionata da rendere il prototipo indistinguibile dalle copie, la circolazione delle opere e la loro affermazione su prodotti concorrenti è essa stessa un valore, soprattutto se con i pirati è possibile trovare qualche accordo [...] L'importante è continuare comunque a fare profitti”. Per quanto riguarda tali profitti, sono tanti i fattori che incidono sul calo del volume delle vendite che denunciano le etichette, ma in questa prospettiva tale calo sarà considerato quale apogeo di quelli corrispettivi già verificatisi nel corso degli anni ottanta e novanta del ventesimo secolo. In quegli anni non vi era nessun *peer-to-peer* su cui poter recriminare, ma additandolo come causa principale, le grosse etichette vogliono nascondere che, in primo luogo, durante quegli anni al calo dei profitti contribuì la finanziarizzazione dell'economia mondiale, altrimenti definita *bolla speculativa*, un ritmo ciclico che vide l'ingente trasferimento di capitale dalla produzione materiale in direzione dei mercati finanziari per mano di quegli stessi gruppi transnazionali che oggi denunciano le perdite, per poi dar vita al boom ed al crac delle famose dotcom. In secondo luogo, alcuni studi sostengono che le major sono le uniche al momento che trarrebbero (il condizionale è d'obbligo) dal file sharing ancora dei notevoli vantaggi in termine di vendite. I musicisti più famosi in genere risultano essere proprio tra i più scaricati in rete.

5. Ko-rec come sindacalismo altro

La Ko-rec è una net-label, un punto nodale concepito come struttura di movimento. Infatti, oltre alla necessità di produrre e distribuire della buona musica, anche grazie all'ampliamento di canali alternativi a quelli mainstream, con questo percorso proveremo ad incidere in qualche grado o misura sui processi di composizione, nei termini espressi dalla relazione tra *Auto-produzione e soggettivazione* politico-sociale (si veda Scarph Rec), e di riappropriazione di questi stessi meccanismi di produzione e di distribuzione da parte della coppia fruitore/creatore di musica. Com'etichetta, quindi, auspica e contribuisce alla crescita ed al radicamento di tutti quei network che con il loro agire spingono verso la de-mercificazione della musica e, più in generale, dei saperi e delle conoscenze, ed alla cui base vi è l'utilizzo delle pratiche del no-copyright e del copyleft. L'aumento della portata di questi network sembra passare per il collaudo di pratiche sindacali “altre”. Tali pratiche dovrebbero definirsi in qualcosa di sostanzialmente diverso dalle organizzazioni, come la SIAE, emerse a presunta tutela degli autori nel corso del diciannovesimo secolo ed aventi una struttura centralizzata, rigida, burocratizzata e, soprattutto, anti-democratica, a favore invece delle pressioni auto-organizzanti. Queste pressioni sembrano dare già vita a dei percorsi virtuosi: reti rizomatiche, strutture flessibili, aperte e modulari di gruppi che riescono a diffondere in qualche maniera la loro musica su larga scala. E' proprio da qui che prende avvio Ko-rec: un progetto sonoro, pubblico ed auto-gestito, la cui intenzione è quella di agevolare la produzione e la distribuzione libera della musica, ovvero la diffusione di una cultura pubblica del suono. La nostra filosofia ci porta a considerare il musicista non un congegno da cui potere avviare la macinazione di profitto ma bensì una macchina radicale e, soprattutto, desiderante alla quale abbiamo la sola pretesa di fornire un ulteriore dispositivo al fine della produzione musicale. Consideriamo le lobbies del disco, con le pressioni esercitate sui governi, quali responsabili dell'aumento della repressione nei confronti dei creatori di

musica e dei fruitori non allineati ai loro interessi, con il varo di leggi il cui tentativo è quello di limitare *tout court* la libera diffusione delle conoscenze e dei saperi, nelle loro molteplici forme espressive. Queste lobbies inoltre sono, a nostro avviso, responsabili della precarizzazione, dell'aumento delle disparità materiali e della crescente polarizzazione socio-economica a cui sono soggetti i creatori di musica.

Epilogo

Il dibattito sui copyright, eredi della censura inglese già a partire dal sedicesimo secolo, e sui diritti di proprietà intellettuale sanciti a Berna nel 1886, è denso e ricco di sfumature, di posizioni differenti, talvolta strumentali e in netta contrapposizione. Per molti aspetti, queste due nozioni entrano in crisi. Così, qualcuno sostiene che la messa in discussione possa finire con il favorire una nozione a discapito dell'altra. C'è invece chi rigetta tale ipotesi, come nel caso della comunità aperta di narratori Wu Ming, ed afferma che “nessun autore inventa o scrive da solo, [...] le idee sono nell'aria e non appartengono a un singolo individuo. L'autore, qualunque autore, è più che altro un «riduttore di complessità», e svolge una funzione temporanea, cioè trae una sintesi precaria da flussi di informazione/immaginazione che vengono trasmessi dall'intera società e la riattraversano in lungo e in largo, senza sosta, come le onde elettromagnetiche. In linea di principio, è assurdo voler imporre una proprietà privata della cultura. Se al fondo tutto è prodotto dalla moltitudine, è giusto che ogni «prodotto dell'ingegno» sia a sua disposizione. Non ci sono «geni», quindi non ci sono «proprietari». C'è lo scambio e il riutilizzo delle idee, cioè il loro *miglioramento*”. In conclusione, le etichette discografiche indipendenti o, meglio, le net-label avranno per certi aspetti un ruolo rilevante in questo processo. Queste, se non altro, sembrano avere il vantaggio di non essere vincolate agli standard di selezione propri delle major, che agevolano la solidificazione della musica in generi separati da rigidissimi confini. Fattore questo che può favorire di sicuro l'acquisizione d'alcune quote di mercato, ma il punto è in che grado o misura le indipendenti contribuiranno alla de-mercificazione degli anelli delle catene di produzione e di distribuzione dei prodotti musicali, suggellata in parte dall'espansione di circuiti alternativi a quelli mainstream. Allo stato attuale delle cose vi sono sia elementi che spingono in questa direzione, sia elementi che spingono in senso opposto. Da questa dialettica emergerà, di fatto, una nuova nozione di proprietà intellettuale, se questa sarà espressione di un mondo dove le disparità materiali saranno ulteriormente amplificate o notevolmente ridotte è al momento ancora impossibile saperlo.

www.ko-rec.org
info@ko-rec.org