Dal Grande Valentina mercoledì, 18 Settembre 2013 n° matricola 488278

INTERNET E DIRITTO D’AUTORE:

DA DISSONANZA A SINFONIA.



a.a. 2012-2013

**INDICE.**

Introduzione…………………………………………………………………………………………………………….pag. 3

1. Diritto d’autore e *copyright…………………………………………………………………………………*pag. 3

2. Il *copyright* dopo l’avvento di Internet……………………………………………………………….pag. 4

3. Il *copyright* nella musica dopo l’avvento di Internet………………………………………….pag. 8

 3.1. La SIAE…………………………………………………………………………………………………pag. 10

 3.2. YouTube……………………………………………………………………………………………….pag. 11

 3.3. Spotify………………………………………………………………………………………………….pag. 13

 3.4. Last.fm………………………………………………………………………………………………….pag. 13

4. Conclusione: la musica in rete………………………………………………………………………….pag. 14

Bibliografia e sitografia………………………………………………………………………………………….pag. 15

**INTRODUZIONE.**

In questo lavoro intendo presentare un quadro generale sul diritto d’autore nel nostro Paese, allacciandomi all’intervento del Professor Carlo Traverso, intitolato “*Copyright e diritto d’autore dal XV al XXI secolo*”[[1]](#footnote-1), e di trattare in particolare l’influenza di Internet sul *copyright* musicale.

Dopo l’ iniziale diffidenza verso il nuovo mezzo di diffusione, l’industria discografica sembra aver oggi compreso le possibilità che Internet offre, grazie a nuovi canali, *software* e *social* *networks*.

**1. DIRITTO D’AUTORE E *COPYRIGHT*.**

Nell’ordinamento giuridico del nostro Paese, il diritto d’autore è riconosciuto per la creazione di un’opera dell’ingegno che sia caratterizzata da creatività: si tutela quindi l’opera creata, ed i diritti appartengono in via esclusiva all’autore.

Secondo la legge n. 633 del 22/04/1941[[2]](#footnote-2), sono protette dal diritto d’autore *“le opere dell’ingegno di carattere creativo che appartengono alla letteratura, alla musica, alle arti figurative, all’architettura, al teatro ed alla cinematografia, qualunque ne sia il modo o la forma di espressione”[[3]](#footnote-3)*. Per “opera dell’ingegno di carattere creativo”, si intende un’opera caratterizzata da novità ed originalità, e che sia espressa in una qualche forma relativa ai generi protetti dalla legge sul diritto d’autore: quest’ultima, infatti, non protegge l’idea in sé, ma l’idea in quanto tradotta ed espressa in una forma di tipo creativo. Di recente, sono state apportate alla legge alcune modifiche, in conformità alle direttive riguardanti il diritto d’autore all’interno dell’Unione Europea: oggi sono protetti anche il *software* come opera letteraria e le banche dati intese come creazione intellettuale dell’autore che le ha selezionate e organizzate.

Il *copyright* (letteralmente, diritto di copia) è il corrispondente del diritto d’autore nei sistemi anglosassoni di *Common Law*[[4]](#footnote-4), anche se la tutela ricoperta dal diritto d’autore e quella riconosciuta dal *copyright* non coincidono esattamente. Nei sistemi di *Common Law*, in particolare Gran Bretagna e Stati Uniti, il *copyright* nasce con il deposito dell’opera all’ *Ufficio* *Copyright*, e non con la mera creazione dell’opera stessa (ad ogni modo, forme di deposito o di registrazione dell’opera sono frequenti anche nel nostro ordinamento poiché consentono, attraverso specifiche procedure, di determinare con certezza la data della creazione).

**2. IL *COPYRIGHT* DOPO L’AVVENTO DI INTERNET.**

Già dalla fine dell’Ottocento lo sviluppo tecnologico aveva messo in crisi la legge sul diritto d’autore, ma essa, pensata per il mondo degli oggetti fisici (libri, CD, DVD, …), è ora scossa dalle tecnologie digitali e da Internet; oggi in rete il diritto d’autore ha perso le sue caratteristiche tradizionali legate alla materialità ed alla territorialità della forma di tutela. Non abbiamo più oggetti fisici, concreti, ma la creazione, la pubblicazione, il trasporto e la diffusione di *files*. Il prodotto fisico prima distribuito dalle industrie è diventato qualcosa che sta sospeso ed intoccabile, ma alla portata di chiunque abbia una connessione in qualsiasi luogo e momento: così, come ha affermato Jessica Litman[[5]](#footnote-5), “*la maggior parte di noi non può più passare nemmeno un’ora senza collidere con la legge sul copyright*”.

Il *copyright*, come dice Lawrence Lessig[[6]](#footnote-6), è di importanza fondamentale per una cultura sana, e se dosato correttamente favorisce alcune forme di creatività: proteggere qualcosa di già creato obbliga in un certo senso a produrre sempre qualcosa di completamente nuovo, diverso, con accenni minimi alla fonte dell’ispirazione.

“*Gli artisti e gli autori devono essere incentivati a creare.*” [[7]](#footnote-7)

La legge sul diritto d’autore dovrebbe quindi prendere in considerazione alcune modifiche per trovare un equilibrio tra la tutela di artisti e autori ed i nuovi mezzi e tempi di diffusione di letteratura, musica ed arte nel Web; bisogna fare in modo, secondo Lessig, che quello che è il comportamento più diffuso e normale non venga più definito criminale, poiché ora come ora si stanno imponendo norme con la consapevolezza che nessuno le rispetterà in pieno, pur senza l’intenzione di violare una legge, ma per il semplice fatto che la libertà di condivisione offerta dal Web è ormai quasi del tutto incontrastabile. Nel 2001 Lessig fonda ***Creative* *Commons***, un'organizzazione *no profit*  dedicata ad ampliare la gamma di opere creative disponibili alla condivisione e all'utilizzo pubblici in maniera legale: rende possibile il riuso creativo di opere dell'ingegno altrui, nel pieno rispetto delle leggi esistenti. La missione di *Creative* *Commons* è ben rappresentata dal logo dell'organizzazione **(CC)**, che rappresenta una via di mezzo tra il rigido modello del *copyright* (C) (*Tutti i diritti riservati*, *All rights reserved*) e quello invece di pubblico dominio (PD) (*Nessun diritto riservato*, *No rights reserved*), introducendo il nuovo concetto appunto di *Alcuni diritti riservati* (S*ome rights reserved*).

L'organizzazione ha pubblicato diversi tipi di licenze note come licenze *Creative* *Commons* (CC): queste licenze permettono ai creatori di scegliere e comunicare quali diritti riservarsi e a quali diritti rinunciare a beneficio dei destinatari. Esse forniscono un modo semplice e standardizzato per dare pubblicamente il permesso di condividere e utilizzare il lavoro creativo in base alle condizioni stabilite dai creatori. Le sei licenze principali utilizzate da progetti ed enti in Italia sono definite mediante quattro attributi:

**Attribuzione (BY)**

****

Bisogna sempre indicare l'autore dell'opera (attributo obbligatorio), in modo che sia possibile attribuirne la paternità, come definito dagli articoli 8 e 20 della legge sul diritto d’autore:

***«****È reputato autore dell'opera, salvo prova contraria, chi è in essa indicato come tale, nelle forme d'uso, ovvero, è annunciato come tale nella recitazione, esecuzione, rappresentazione o radiodiffusione dell'opera stessa. Valgono come nome lo pseudonimo, il nome d'arte, la sigla o il segno convenzionale, che siano notoriamente conosciuti come equivalenti al nome vero.****»****[[8]](#footnote-8)*

### *« [...] l'autore conserva il diritto di rivendicare la paternità dell'opera [...] »[[9]](#footnote-9)*

### Non uso commerciale (NC)

### C:\Users\Judith\Desktop\Cc-nc_white.svg.png

Non sono consentiti usi commerciali dell'opera creativa: questo è un diritto esclusivo dell’autore, come definito dal secondo comma dell'articolo 12:

***«****l'autore ha altresì [...] il diritto esclusivo di utilizzare economicamente l'opera [...]****»****[[10]](#footnote-10)*

**Non opere derivate (ND)**

****

Non sono consentite elaborazioni dell'opera creativa, come definito dall'articolo 20:

***«****[...] l'autore conserva il diritto di rivendicare la paternità dell'opera e di opporsi a qualsiasi deformazione, mutilazione od altra modificazione, ed a ogni atto a danno dell'opera stessa, che possano essere di pregiudizio al suo onore o alla sua reputazione****»***[[11]](#footnote-11)

**Condividi allo stesso modo (SA)**

****

Si può modificare l'opera, ma l'opera modificata deve essere rilasciata secondo le stesse condizioni scelte dall'autore originale, come recita l’articolo 4:

***«****Senza pregiudizio dei diritti esistenti sull'opera originaria, sono altresì protette le elaborazioni di carattere creativo dell'opera stessa, quali le traduzioni in altra lingua, le trasformazioni da una in altra forma letteraria od artistica, le modificazioni ed aggiunte che costituiscono un rifacimento sostanziale dell'opera originaria, gli adattamenti, le riduzioni, i compendi, le variazioni non costituenti opera originale.****»***[[12]](#footnote-12)

**Le sei licenze principali sono:**

**1) Attribuzione
CC BY**

Questa licenza permette a terzi di distribuire, modificare, ottimizzare ed utilizzare l’ opera come base, anche commercialmente, fino a che diano credito all’autore per la creazione originale. È la più accomodante delle licenze offerte: è raccomandata per la diffusione e l'uso massimo di materiali coperti da licenza.

**2) Attribuzione - Non opere derivate
CC BY-ND**

Questa licenza permette la ridistribuzione, commerciale e non, fintanto che viene trasmessa intera ed invariata, dando credito all’autore.

**3) Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo
CC BY-NC-SA**

Questa licenza permette a terzi di modificare, redistribuire, ottimizzare ed utilizzare l’opera come base non commerciale, fino a che diano credito all’autore e condividano le nuove creazioni mediante i medesimi termini.

**4) Attribuzione - Condividi allo stesso modo
CC BY-SA**

Questa licenza permette a terzi di modificare, ottimizzare ed utilizzare l’opera come base, anche commercialmente, fino a che diano credito all’autore per la creazione originale e condividano le nuove creazioni con i medesimi termini. Questa licenza è spesso comparata con le licenze usate dai *software* *opensource*. Tutte le opere basate sull’originale porteranno la stessa licenza, quindi tutte le derivate permetteranno anche un uso commerciale. Questa è la licenza usata, ad esempio, da Wikipedia, ed è consigliata per materiali che potrebbero beneficiare dell'incorporazione di contenuti da progetti come Wikipedia e similari, o da utenti privati.

**5) Attribuzione - Non commerciale
CC BY-NC**

Questa licenza permette a terzi di modificare, ottimizzare ed utilizzare l’opera come base per altre non commerciali, e benché le nuove opere dovranno accreditare l’autore ed essere non commerciali, non hanno obbligo di condivisione alle stesse condizioni dell’originale.

**6) Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate
CC BY-NC-ND**

Questa licenza è la più restrittiva delle sei licenze principali, poiché permette a terzi soltanto di scaricare le opere e di condividerle fino a che diano il giusto credito all’autore, ma non possono modificarle in nessun modo o utilizzarle commercialmente.

Alcuni dei progetti che adottano le licenze *Creative* *Commons* in Italia sono:

* Camera dei deputati, pubblica i dati con licenza Creative Commons BY-SA.
* Ministero dell'Interno e il Ministero della Salute, pubblicano con licenza BY-NC-ND.
* Ministero dello Sviluppo Economico, pubblica con licenza BY-NC.
* Istituto nazionale di statistica ed il Sistema statistico nazionele, pubblicano con licenza Creative Commons BY.
* Blog di Beppe Grillo, pubblica con licenza BY-NC-ND.
* Il Fatto Quotidiano, pubblica tutti gli articoli originali con licenza Creative Commons BY-NC-ND.
* Wired, pubblica con licenza Creative Commons BY-NC-ND.
* La Stampa, pubblica l'archivio storico e gli inserti culturali [TuttoScienze](http://www3.lastampa.it/tuttoscienze/) e [TuttoLibri](http://www3.lastampa.it/tuttolibri/) con licenza Creative Commons BY-NC-ND.

Gregg Gillis[[13]](#footnote-13) parla di cultura del *remix*, di un’ “epoca di appropriazione” che definisce positiva: per lui si tratta semplicemente di cultura gratuita, di condivisione di dati che possono essere manipolati e rielaborati dalle idee, e ricondivisi. E come spiega Gillis tutto questo, ad esempio, all’industria discografica? Il tutto sta nel considerare gli album come un gioco, e non un prodotto, e di valorizzarne l’interattività. Le società libere dovrebbero permettere l’esistenza di un’ampia gamma di attività creative. E dovrebbero pure tutelarle legalmente. Secondo Gillis, si potrebbe dover usufruire gratuitamente di qualsiasi risorsa culturale disponibile, dato che il Web è un mezzo così potente da poterlo garantire; ciò non implica che non ci sia, come pensano alcuni, alcun controllo o limite, anzi, il controllo è maggiore di quanto lo fosse nel mondo analogico proprio per il tipo di piattaforma e per il fatto che i progressi tecnologici aumentano le possibilità in tutti i sensi, dal consumo al controllo. Ed inoltre, la regolamentazione e l’elargizione di autorizzazioni aumentano per il fatto che, ad esempio, quando si ascolta una canzone su un sito Web o la si scarica, se ne crea una “copia”, evento caratteristico del mondo digitale e non possibile nel mondo analogico

La tecnologia può controllare ogni singolo utilizzo.

**3. IL *COPYRIGHT* NELLA MUSICA DOPO L’AVVENTO DI INTERNET.**

Senza dubbio l’industria più ostile all’evoluzione digitale è stata l’industria discografica tradizionale.

Ci sono delle macchine, dei dispositivi, che catturano e diffondono la musica. Questi dispositivi, per gran parte del XX secolo, sono stati analogici, con tutti i limiti che questo comportava in termini di qualità e durata della copia e di diffusione e costo dei dispositivi stessi. Di conseguenza la condivisione era molto più complicata, mentre il controllo della distribuzione era facilitato. Con l’introduzione di emblemi e dispositivi digitali nella cultura RO[[14]](#footnote-14) in ambito musicale, e soprattutto con l’ampia disponibilità di tecnologie atte alla manipolazione di essi (dalla riproduzione alla modifica, che fa parte della cultura RW, *Read-write*), il mondo digitale ha distrutto una serie di vincoli che legavano la cultura RO all’universo analogico: i limiti naturali di quest’ultimo sono stati aboliti, e ciò che in precedenza era impossibile e illegale, è divenuto solamente illegale. Si pensava che l’ascesa delle tecnologie digitali avrebbe quasi totalmente distrutto l’industria, e per questo a partire dalla metà degli anni ’90 del XX secolo si può parlare di vere e proprie “guerre del *copyright*”. Le tecnologie digitali hanno cambiato la capacità tecnologica, hanno dato ai fruitori la possibilità quasi illimitata di mixare e remixare la cultura RO, anche se ciò non implicava l’autorizzazione a farlo. Il divario tra ciò che la legge permetteva e ciò che la tecnologia consentiva di fare ha portato cambiamenti dall’una e dall’altra parte, specialmente negli ultimi anni. Nella loro versione più estrema, le tecnologie DRM consentivano di controllare il numero di volte in cui un utente ascoltava una canzone che aveva scaricato, il luogo in cui la archiviava, la possibilità o meno di condividerla, la durata del “possesso” della canzone stessa.

**I DRM** Con *Digital Rights Management*, il cui significato letterale è *gestione dei diritti digitali*, si intendono i sistemi tecnologici mediante i quali i titolari del diritto d'autore (e dei cosiddetti diritti connessi) possono esercitare ed amministrare tali diritti nell'ambiente digitale, grazie alla possibilità di rendere protette, identificabili e tracciabili le opere di cui detengono i diritti, e di scongiurarne la copia e altri usi non autorizzati. Si tratta di misure di sicurezza incorporate nei computer, negli apparecchi elettronici e nei file digitali, riconoscibili solo da determinati apparecchi o dispositivi (*devices*).

Tramite i DRM, i *files* audio o video vengono codificati e criptati in modo da garantire una più difficile diffusione, alcuni impedimenti all'utenza e consentirne un utilizzo:

* limitato (ad esempio solo per determinati periodi di tempo o per determinate destinazioni d'uso);
* predefinito nella licenza d'accesso fornita (separatamente) agli utenti finali.

I file così prodotti portano con sé le diciture di *copyright*, e possono essere arricchiti con altre informazioni, come immagini, biografia degli autori, collegamenti, ecc… L'accesso ai contenuti da parte degli utenti finali avviene secondo procedure di profilazione ed autenticazione, che permettono di distribuire i *files* richiesti nelle modalità previste dalla licenza sottoscritta dall'autore/distributore.

I principali scopi del DRM sono tre.

* Certificazione di legittimità dell'uso e/o di piena titolarità dei diritti d'autore.
* Controllo d'accesso: il *file* risultante può essere riprodotto solo sui lettori che sono in grado di riconoscere le informazioni di codifica ed è possibile riprodurlo solo per il numero di volte stabilito in fase di acquisto.
* Controllo delle copie illegali: permette di risalire all'iniziale possessore dei file musicali originali, in modo tale da consentire l'individuazione di eventuali violazioni del diritto d'autore.

Lo studio di soluzioni DRM nasce dal tentativo di poter gestire il controllo sugli aspetti legati alla distribuzione e all'utilizzo, è una normativa che regola le riproduzioni e le copie. Le pesanti conseguenze di tali sistemi, anche per gli utenti di contenuti legittimamente acquistati, viene motivata da una forte campagna internazionale contro lo scambio (definito “pirateria informatica” dalle major) di tali contenuti, condotta dalle case discografiche e cinematografiche. Tale campagna è osteggiata spesso dagli stessi autori. In Canada, ad esempio, è stata fondata da artisti quali Avril Lavigne, Barenaked Ladies e Sarah McLachlan la *Canadian Music Creators' Coalition* (CMCA), che si oppone con forza ai DRM, e il cui manifesto è: *"Gli artisti non vogliono promuovere cause legali contro i propri fan e le case discografiche hanno intentato ai nostri fan contro la nostra volontà, e le leggi che consentono tali cause non possono essere giustificate in nostro nome".* Il manifesto prosegue facendo capire che i DRM non sono negli interessi dei consumatori, ed implicitamente neanche negli interessi degli artisti.

La cultura RO prospera sempre di più nell’era digitale: più contenuti culturali (musicali e non) accessibili ad un prezzo sempre più conveniente.

**3.1. LA SIAE.**

La Società Italiana degli Autori ed Editori (SIAE) è un ente pubblico economico a base associativa, preposto alla protezione ed all'esercizio dell'intermediazione dei diritti d'autore.

In particolare la SIAE, come prescritto dagli articoli 180-183 della legge sul diritto d'autore, agisce come ente intermediario tra il pubblico ed i detentori dei diritti, occupandosi di:

1. concedere licenze e autorizzazioni per lo sfruttamento economico di opere, per conto e nell'interesse degli aventi diritto;
2. percepire i proventi derivanti dalle licenze/autorizzazioni;
3. ripartire i proventi tra gli aventi diritto.

Oltre a ciò può esercitare altri compiti connessi alla protezione delle opere dell'ingegno e può assumere, per conto dello stato, di enti pubblici o privati, servizio di accertamento e di percezione di tasse, contributi, diritti.

**La Sezione Musica**  amministra i diritti relativi alleopere musicali, con o senza testo letterario, sia di genere classico che leggero. Per quanto riguarda le opere liriche, i balletti, gli oratori, le operette, le riviste ecc., affidate alla tutela delle Sezioni Lirica eDOR, la Sezione Musica tutela i "brani staccati", utilizzati autonomamente rispetto alle opere drammatico-musicali nella loro versione integrale.

La Sezione Musica amministra i diritti di pubblica esecuzione delle opere, inclusa quella cinematografica e la diffusione radiotelevisiva, e i diritti di riproduzione meccanica delle opere. Non sono invece amministrati dalla Sezione altri tipi di diritti, come quelli di riproduzione a stampa delle opere musicali e/o dei relativi testi ed i diritti di sincronizzazione.

Chiunque utilizzi pubblicamente opere musicali tutelate ed amministrate dalla Sezione Musica è obbligato ad ottenerne la preventiva autorizzazione. L’utilizzazione abusiva delle opere costituisce reato.

Per quanto riguarda il diritto connesso sulle edizioni critiche di opere musicali di pubblico dominio, il servizio di incasso dei compensi per le pubbliche utilizzazioni viene svolto dalla Sezione Lirica su apposito mandato.

Sempre dalla Sezione Lirica viene svolto anche il servizio di incasso dei compensi relativi al noleggio delle partiture o di altri materiali musicali.

**3.2. YOUTUBE.**

*YouTube* è una piattaforma che consente la condivisione e la visualizzazione di video. Di proprietà di *Google* *Inc*. da ottobre 2006, è il terzo sito più visitato al mondo dopo *Google* e *Facebook*. L'azienda ha sede a San Bruno (California) e utilizza *Adobe Flash Video[[15]](#footnote-15)* per visualizzare una vasta gamma di video. La piattaforma è principalmente sviluppata con il linguaggio di programmazione *Python*. La maggior parte dei contenuti su *YouTube* viene caricata dai singoli utenti, anche se le società dei media tra cui la CBS, BBC, VEVO e altre organizzazioni offrono parte del loro materiale tramite il sito, come parte del programma di *partnership* di *YouTube*.

### ● *YouTube* e SIAE

*YouTube* nel 2010 ha firmato un contratto con la SIAE. Con questo accordo, che dovrebbe durare tre anni circa, *YouTube* regolarizza la sua posizione con la Società Italiana Autori ed Editori per quanto riguarda i diritti di pubblica esecuzione. Per poter eseguire brani tutelati da diritto d'autore su un qualsiasi canale di distribuzione (e quindi anche *online*), è infatti necessario sottoscrivere un accordo con la società autori ed editori del Paese all'interno del quale avviene l'esecuzione della trasmissione, accordo che in precedenza non era ancora stato siglato con la SIAE da parte di *YouTube*.

Si tratta di un accordo che ogni sito italiano che trasmetta musica tutelata sul Web dovrebbe sottoscrivere con l’Ufficio Multimedialità della SIAE e che prevede importi calcolati sulla base del numero di pagine viste ogni mese e degli utenti, nonché sulla tipologia di sito (portale, sito *corporate[[16]](#footnote-16)*, privato). Qualora il sito abbia sedi negli altri Paesi (sulla linea di quanto avviene con *YouTube*), in ognuno di questi dovranno essere siglati accordi similari con le relative società autori ed editori. È bene sottolineare che questo accordo riguarda solo la possibilità di trasmettere contenuti tutelati, mentre non include i diritti connessi dei produttori discografici, nonché i diritti di sincronizzazione o abbinamento delle musiche alle immagini.

Infatti, per abbinare una qualsiasi traccia musicale ad un qualsiasi video è necessario richiedere l'autorizzazione direttamente agli autori e ai produttori, che potrebbero non essere d'accordo con tale abbinamento o comunque valutarlo sulla base di un compenso da definirsi di volta in volta con l'utente che intende farne uso. È sempre necessario ottenere un'autorizzazione, e questo sia in presenza di un utilizzo commerciale diretto, ma anche a scopo non commerciale o magari apparentemente non tale (ad esempio, un video realizzato a fini umanitari ma sponsorizzato da una multinazionale, che ottiene quindi indiretto profitto in termini di immagine e pubblicità e che produce il contenuto con un *budget* di tutto rispetto).

In sostanza, pur in presenza dell'accordo SIAE-*YouTube*, non è comunque consentito sonorizzare liberamente un video e "postarlo" con una traccia musicale per la quale non sia stata rilasciata una specifica liberatoria di utilizzo dagli aventi diritto per l'abbinamento al video stesso (diritti di "sincronizzazione"). Come si può leggere nei vari *disclaimer* sul sito, *YouTube* consiglia di controllare attivamente i video, perché le condizioni del trattamento della canzone/sottofondo musicale potrebbero cambiare. Questo passaggio è riferibile proprio a quanto illustrato e testimonia come l'accordo SIAE-*YouTube* non consenta all'utente di utilizzare liberamente qualsiasi brano per sonorizzare i propri video postati.

Lo stesso vale per la situazione inversa, ovvero per i produttori musicali (musicisti, editori, discografici) che intendono postare video di terzi sonorizzati con le proprie musiche, allo scopo di promuoverle. Così, come chi realizza il video dovrà sempre richiedere ed ottenere l'approvazione finale degli aventi diritto della musica prima di abbinarla alle immagini, allo stesso modo chi intende abbinare un video alla propria musica dovrà provvedere a fare lo stesso nei confronti degli aventi diritto dei contenuti video.

**● Violazioni di *copyright***

Come fa *YouTube* a identificare un video che vìola il copyright? In una prima fase, il proprietario dei contenuti fornisce elementi al database interno di *YouTube* che rendano univocamente identificabile il materiale sottoposto e definisce una procedura di utilizzo alla quale *YouTube* dovrà attenersi, qualora riscontri una coincidenza (tra il video originale e quello sottoposto dagli utenti). Ogni volta che un video viene caricato su *YouTube*, esso viene confrontato con ogni altro elemento del database. Il sistema di confronto non opera soltanto sul file completo ma su ogni suo singolo istante. Questo significa che è possibile identificare le coincidenze anche se la copia in questione è solo una porzione del file originale, se viene riprodotta al rallentatore o ha audio e video di scarsa qualità. Tale sistema di confronto vaglia video per una durata equivalente a circa 100 anni ogni giorno, tra nuovi caricamenti e controllo degli archivi.

●**Il caso Lenz**

Si cita qui a titolo di esempio e di summa dei discorsi trattati in questo lavoro, il caso che ha coinvolto Stephanie Lenz nel febbraio 2007. Il figlio, Holden, di un anno e mezzo, si è messo a ballare reggendosi al girello sulle note di *Let’s go crazy* di Prince. La madre ha pensato che fosse una scena carina e divertente, e l’ha filmata con la telecamera: il risultato è un video di 29 secondi in cui suo figlio balla sulle note della canzone di Prince trasmessa alla radio. Voleva condividere il video con i genitori e, data la pesantezza e l’impossibilità di mandarlo come allegato ad una e-mail, l’ha caricato su *YouTube* e ne ha inviato il *link* ai familiari. Da qui alla diffusione del link a parenti ed amici, il passo è stato breve. Ma nei mesi successivi, un dipendente della Universal Music Group, che possiede e amministra una parte dei diritti d’autore di Prince, ha visto il video. È così partita una vera e propria crociata contro la pirateria, e Stephanie Lenz è stata accusata di reato: la Universal Music Group ha spedito una lettera a *YouTube* ordinando di rimuovere quella riproduzione non autorizzata della musica di Prince, e *YouTube* ha soddisfatto la richiesta per evitare qualunque inconveniente. La legge è uguale per tutti…ma i “reati” sono tutti uguali?

**3.3. SPOTIFY.**

Spotify è un servizio musicale che offre lo *streaming on demand* di una selezione di brani di varie case discografiche ed etichette indipendenti, incluse Sony, EMI, Warner Music Group e Universal. Lanciato nell’ottobre 2008 dalla *startup* svedese Spotify AB, contava circa 10 milioni di utenti al 15 settembre 2010, dei quali 2.5 milioni usufruiscono dell’account a pagamento.

La musica può essere visualizzata per artista, album, etichetta, genere o *playlist*; si possono fare delle ricerche e si può acquistare musica. Accedendo con *l’account* Facebook, si attiva un periodo di prova gratuito di sei mesi durante il quale l’ascoltatore può usufruire di una quantità illimitata di musica, dopodichè sono consentite al massimo 10 ore di ascolto al mese.

Spotify contiene dei DRM e quindi è stato identificato come carente per progettazione (*defective by design*) dalla Free Software Foundation[[17]](#footnote-17); inoltre, per utilizzarlo, l’utente deve installare sul proprio computer il *software* proprietario[[18]](#footnote-18). Spotify usa dei trasferimenti *Peer-to-peer*[[19]](#footnote-19) per aumentare la banda disponibile: questo ha portato al divieto dell’uso del programma in grandi reti dove gli utenti non sono responsabili per il costo della banda.

**3.4. LAST.FM**

Non tutte le persone che si occupano di *businness* discografico e musicale sono ostili al Web, e Last.fm ne è un esempio. Nato nell’agosto 2005, si tratta di una sorta di radio su Internet che funge anche da *social network*, ed è nato nell’agosto 2005.

L’obiettivo di Last.fm era trovare fin dall’inizio un modo per mappare le preferenze musicali degli utenti, in maniera tale da alimentare un motore che fosse in grado di fornire delle raccomandazioni e dei suggerimenti musicali. La tecnologia osserva ciò che l’utente ascolta tramite un’azione di *scrobbling*, che invia le informazioni inerenti alla canzone che si sta riproducendo ad un motore che raccoglie nozioni sui gusti dell’utente: si tracciano così poi delle correlazioni tra vari utenti, creando dei legami tra persone che possono condividere altra musica o instaurare nuovi rapporti sulla base di interessi comuni. L’ascolto ed il dialogo creano forme di pubblicità, e ciò non esclude vantaggi per l’azienda discografica, oltre che per gli artisti.

**4. CONCLUSIONE: LA MUSICA IN RETE.**

Internet e le possibilità fornite dall’impiego di questo *medium* costituiscono una grande opportunità per l’industria discografica: l’accesso al prodotto musicale è più semplice, il rapporto tra consumatore e casa discografica diventa più interattivo, e ciò comporta vantaggi notevoli per lo sviluppo creativo e la promozione di nuove realtà emergenti. Internet è il luogo ideale in cui nuovi artisti e piccole etichette trovano spazio per far conoscere la propria musica.

Tutto ciò necessita in ogni caso della garanzia che artisti ed autori vengano tutelati in maniera adeguata, sia tecnicamente che legalmente; artisti e case discografiche richiedono nel mondo digitale una tutela pari almeno a quella presente nel mondo analogico, in modo che si combatta un utilizzo improprio delle nuove tecnologie atto a minare la creatività e l’inventiva.

Lo sviluppo di Internet e delle reti mediatiche offre all’industria discografica grandi opportunità di espansione sul mercato mondiale, avvicinando nuovi ascoltatori, riducendo i costi di produzione e distribuzione, allargando il repertorio disponibile e consentendo ai consumatori di acquistare musica nei formati che preferiscono, e nel luogo e nel momento che preferiscono. Si lavora di continuo a nuove norme che favoriscano lo sviluppo del mercato legale; ed è rilevante anche lo sforzo per sensibilizzare i consumatori e le comunità in rete sulle problematiche connesse alla tutela del *copyright*. In tale contesto è nato il sito europeo *Pro Music* (in italiano, all’indirizzo <http://www.pro-music.it/>), una nuova iniziativa internazionale per promuovere l’uso legittimo della musica *online* e sfatare i miti sulla pirateria. Questo sito offre il più grande archivio internazionale di informazioni sul numero crescente di siti legali di musica *online* e, come recita la homepage del sito stesso, “tutto quello che devi sapere sulla musica digitale *online*”; sono disponibili nel sito anche informazioni sulla tutela del *copyright* con riferimento alla musica *online*.

Chi scrive musica, crea un testo o produce un disco, fonda la propria sopravvivenza economica sul *copyright*, ecco perché è fondamentale la protezione del diritto d’autore e dei diritti connessi: proteggendo la creatività si consentono lo sviluppo di nuove idee e la promozione di nuovi artisti.

Senza il *copyright* non ci sarebbe innovazione.

**BIBLIOGRAFIA.**

L. LESSIG, *Free Culture*, Creative Commons License, 2004.

L. LESSIG, *Remix*. Making Art and Commerce Thrive In The Hybrid Economy, The Penguin Press, 2008.

J. BOYLE, *The Public Domain*, Creative Commons License, 2008.

Legge n° 633 del 22 aprile 1941.

**SITOGRAFIA.**

<http://www.creativecommons.org>

<http://it.wikipedia.org/wiki/Digital_rights_management>

<http://www.edisonchangethemusic.it/blog/how-to>

<http://www.fimi.it/musicarete.php>

<http://www.professionisti.it/enciclopedia/voce/2405/Copyright-e-diritto-autore>

<http://www.siae.it/Index.asp>

<http://www.siae.it/musica.asp>

<http://it.wikipedia.org/wiki/YouTube>

1. Intervento tenutosi durante il Seminario di Cultura Digitale, mercoledì 14 novembre 2012, Università degli Studi di Pisa. [↑](#footnote-ref-1)
2. Si tratta della cosiddetta Legge sul Diritto d’Autore (l.d.a.). [↑](#footnote-ref-2)
3. *Ibidem*, articolo 1. [↑](#footnote-ref-3)
4. Il sistema *Common Law* è un modello di ordinamento giuridico di matrice anglosassone, basato su casi giuridici precedenti piuttosto che su codici o atti normativi (cosa che accade nei sistemi di *Civil Law*). Sistema nato in Gran Bretagna e poi diffusosi in tutti i paesi anglofoni. [↑](#footnote-ref-4)
5. Docente di Legge alla University of Michigan Law School. [↑](#footnote-ref-5)
6. Nato a Rapid City il 3 giugno 1961, è un giurista statunitense, noto soprattutto come sostenitore della riduzione delle restrizioni legali sul diritto d'autore e sui marchi commerciali. Dal 2007 si concentra su tematiche inerenti alla corruzione nel sistema politico americano. [↑](#footnote-ref-6)
7. L. Lessig, *Remix*. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy, The Penguin Press, 2008. [↑](#footnote-ref-7)
8. Legge n° 633 del 22 aprile 1941. [↑](#footnote-ref-8)
9. *Ibidem*. [↑](#footnote-ref-9)
10. *Ibidem.* [↑](#footnote-ref-10)
11. *Ibidem*. [↑](#footnote-ref-11)
12. Legge n° 633 del 22 aprile 1941. [↑](#footnote-ref-12)
13. Nato a Pittsburgh il 26 ottobre 1981, è un disk-jokey e musicista specializzato in mash-up e campionamenti. Il suo progetto si chiama Girl Talk, ed è in attività dal 2001. [↑](#footnote-ref-13)
14. Cultura RO: *Read-only*, sola lettura, ci limitiamo a “consumare” questa cultura così come ci viene offerta, senza modificarla. E nessuno si aspetta altro da noi se non la fruizione: guardiamo un film, leggiamo un libro, ascoltiamo musica. [↑](#footnote-ref-14)
15. Formato video per il Web. [↑](#footnote-ref-15)
16. Sito aziendale, o informativo. [↑](#footnote-ref-16)
17. Fondata da Richard Stallman il 4 ottobre 1985, si occupa di eliminare le restrizioni sulla copia, la redistribuzione, la comprensione e la modifica dei programmi per computer. [↑](#footnote-ref-17)
18. Software che ha restrizioni sul suo utilizzo, sulla sua modifica, riproduzione o ridistribuzione, imposti dal titolare dei diritti di sfruttamento economico, cioè l'autore o - in caso di cessione dei diritti patrimoniali - il cessionario dei diritti in questione. Queste restrizioni vengono ottenute tramite esclusivamente giuridici (es: limitazioni nel contratto di licenza al regime di circolazione dei sorgenti) o anche tecnici (distribuzione del solo codice oggetto, cifratura). [↑](#footnote-ref-18)
19. espressione che indica un'architettura logica di rete informatica in cui i nodi non sono gerarchizzati unicamente sotto forma di client o server fissi (clienti e serventi), ma sotto forma di *nodi equivalenti* o *paritari* (in inglese *peer*) che possono cioè fungere sia da cliente che da servente verso gli altri nodi terminali (host) della rete. L'esempio classico di P2P è la rete per la condivisione di file (File sharing). [↑](#footnote-ref-19)