



ISIA FIRENZE

Diritto d'autore e Internet: copyright e copyleft

Il copyright, i pirati, la retorica e il mercato

LEONARDO MACCARI: LEONARDO@LILIK.IT

BLOG: LEONARDO.LILIK.IT

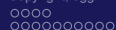
Queste slides sono rilasciate con licenza CC by-nc-sa
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/it/>





whois leonardo

- ▶ Ingegnere informatico, dottorando presso il dipartimento di Elettronica e Telecomunicazioni dell'università di Firenze. Il mio lavoro si concentra su:
 - ▶ Sicurezza delle reti
 - ▶ Reti distribuite wireless, e P2P
- ▶ Tra i fondatori del Lilik (www.lilik.it).
- ▶ Scrivo e discuto in vari luoghi di software libero, copyright e copyleft (riviste, siti, blog, radio).
- ▶ Faccio parte di Sinistra Ecologia Libertà in cui mi occupo di cultura e diritti digitali.



Sommario

1. Copyright dal 700 al 900: scopi originali e distorsioni moderne.
2. La rivoluzione di Internet: reti p2p e web 2.0, l'inizio della fine dei vecchi oligopoli.
3. Le reazioni: come si difendono le Major.
4. Gli anticorpi: come liberare definitivamente la conoscenza.



I motivi del copyright

- ▶ Le opere dell'ingegno (musica, libri, cinema, software ecc. . .) sono opere non rivali e non escludibili.
 - ▶ non rivale significa che non si consumano, usufruire di un'opera non significa negarne l'uso a qualcun'altro (come per una pizza)
 - ▶ non escludibile significa che, come per l'aria, non si può impedire a qualcuno di usufruirne quando ce l'ha.
- ▶ In più il costo marginale di riproduzione della prima copia è molto basso (zero in digitale)
- ▶ Il mercato, da solo non è in grado di gestire con efficienza un bene con queste caratteristiche, perchè non è possibile garantire un ritorno certo all'autore.
- ▶ Per evitare il fallimento del mercato si introducono dei vincoli sulla copia, che ricostruiscono fittiziamente quelle due caratteristiche mancanti, e riportano le opere dell'ingegno nel mercato.



Il Copyright, le origini. . .

- ▶ Nel 700 in Inghilterra gli autori non avevano alcun diritto sulle proprie opere
- ▶ tutto il potere era in mano agli stampatori, che detenevano il diritto di copiare le opere che compravano dagli autori, per un tempo infinito.
- ▶ Non esisteva concorrenza quindi i prezzi delle opere erano alti, il che poneva un freno alla diffusione della cultura.
- ▶ Gli stampatori, in accordo con la corona, evitavano che alcune opere venissero pubblicate producendo una vera censura.



Lo Statute of Anne

- ▶ Il parlamento Inglese, che non vedeva di buon occhio un accentramento di potere così forte produsse lo statuto di Anne, una legge del 1710 che pone le basi del copyright così come lo conosciamo oggi. In particolare gli aspetti più innovativi erano:
 - ▶ il copyright, ovvero il diritto a fare delle copie, è dell'autore, non dell'editore (anche se può essere ceduto)
 - ▶ il copyright non è perpetuo, ma limitato a 14 anni, rinnovabile ad altri 14 se l'autore è ancora vivo. Al termine di questo periodo l'opera cade nel pubblico dominio, ovvero diviene a disposizione di tutti.
 - ▶ Le motivazioni per cui viene pubblicata la legge, non riguardano espressamente il profitto di una categoria ma *An Act for the Encouragement of Learning*. . . Il senso quindi è quello di incoraggiare la produzione letteraria, garantendo agli autori un monopolio *temporaneo*, al termine del quale l'opera sarebbe tornata ad essere liberamente accessibile.



La costituzione USA

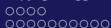
- ▶ É interessante vedere come l'accezione moderna del copyright nasce non per limitare la diffusione della cultura ma per porre un freno ad una situazione di monopolio che produceva svantaggi per la collettività.
- ▶ Anche nella costituzione americana il congresso ha il dovere...
To promote the Progress of Science and useful Arts, by securing for limited Times to Authors and Inventors the exclusive Right to their respective Writings and Discoveries.



In Europa

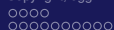
Con molte differenze, ma l'impostazione viene mantenuta, anche l'European Copyright Directive (EUCD) recita:

A rigorous, effective system for the protection of copyright and related rights is one of the main ways of ensuring that European cultural creativity and production receive the necessary resources and of safeguarding the independence and dignity of artistic creators and performers



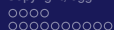
Non solo leggi: WIPO

The World Intellectual Property Organization (WIPO) is a specialized agency of the United Nations. It is dedicated to developing a balanced and accessible international intellectual property (IP) system, which rewards creativity, stimulates innovation and contributes to economic development while safeguarding the public interest.



Non solo leggi: WTO TRIPS

The WTO's TRIPS Agreement [...] establishes minimum levels of protection that each government has to give to the intellectual property of fellow WTO members. In doing so, it strikes a balance between the long term benefits and possible short term costs to society. Society benefits in the long term when intellectual property protection encourages creation and invention, especially when the period of protection expires and the creations and inventions enter the public domain.



Non solo leggi: Dichiarazione dei diritti dell'uomo

Ogni individuo ha diritto alla protezione degli interessi morali e materiali derivanti da ogni produzione scientifica, letteraria e artistica di cui egli sia autore.



I brevetti

La logica dietro ai brevetti è simile a quella del diritto d'autore.

- ▶ Dare modo agli inventori di sfruttare per un periodo economicamente le loro invenzioni senza paura di subire concorrenza da parte di chi può copiare le invenzioni.
- ▶ Quindi, incentivarli a produrne di nuove.
- ▶ Inoltre, un brevetto è pubblico, quindi impedisce che invenzioni importanti vengano tenute nascoste (se si vuole che siano tutelate)



I brevetti

Cosa è brevettabile

invenzioni nuove che implicano un'attività inventiva e sono atte ad avere un'applicazione industriale ovvero se il suo oggetto può essere fabbricato o utilizzato in qualsiasi genere di industria, compresa quella agricola.¹

- ▶ un brevetto dura venti anni
- ▶ ha un costo di presentazione e di mantenimento

¹Codice della proprietà industriale



Riferimenti

Per il copyright in Italia:

- ▶ la pagina di wikipedia è molto ben fatta (almeno ad oggi :-)
- ▶ Simone Aliprandi: Capire il copyright, percorso guidato nel diritto d'autore.



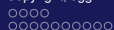
Cosa succede nell'ultimo secolo?

- ▶ La visione originale che voleva bilanciare la protezione dell'autore e il bene della società viene stravolta. Le leggi cambiano, le tutele diventano più forti:
 - ▶ la legge allunga i termini della protezione
 - ▶ la estende a nuove forme di opere (ad es. software, database)
 - ▶ la estende alle misure tecnologiche poste a protezione delle opere stesse.
- ▶ Il diritto d'autore oggi riguarda solo l'autore.
- ▶ Vediamo come questa trasformazione sia evidente in vari contesti.



In Italia

- ▶ In Italia il diritto d'autore è regolato nella legge 633 del 1941 (e successive modifiche), e dal Titolo IX del Codice Civile. Tutela diversi tipi di opere:
 - ▶ letteratura
 - ▶ musica
 - ▶ arti figurative ed architettura
 - ▶ teatro e cinematografia
 - ▶ software, database
- ▶ L'autore viene tutelato praticamente per tutti quegli utilizzi che non siano privati dell'utente: pubblicazione, distribuzione, traduzione, noleggio, comunicazione al pubblico . . .
- ▶ Si distingue tra *diritti morali* e *diritti di sfruttamento economico*



In Italia

- ▶ questi ultimi durano fino a **70 anni dopo la morte dell'autore**.
- ▶ esistono delle eccezioni (biblioteche, opere *degradatae*) ma non esiste il concetto di *fair use* introdotto dalla Common Law americana.



In Italia - la SIAE

- ▶ La SIAE ² è l'ente che in Italia controlla la gestione collettiva dei diritti, ovvero la concessione di licenze di sfruttamento commerciale, il recupero dei proventi e la redistribuzione agli autori.
- ▶ Per legge ha il diritto esclusivo di svolgere questo compito (leggi: monopolio)

²Società Italiana Autori ed Editori, un ente pubblico economico, ovvero una società amministrativamente indipendente dallo stato i cui vertici vengono decisi dai ministeri competenti



In Italia - Equo compenso

- ▶ E' un'imposta che viene aggiunta ai prezzi di supporti vergini e strumenti per la registrazione che viene girata direttamente nella cassa SIAE.
- ▶ E' un compenso che ripaga gli autori della possibilità di tutti di fare copie private di un'opera.
- ▶ Il bilancio della SIAE dell'anno passato ha contato 70 milioni di euro di Equo Compenso.
- ▶ Una legge del 30/12 ha esteso l'applicazione dell'equo compenso (ad es. alle memorie) ed ha alzato le tariffe. L'anno prossimo incasserà almeno 300 milioni di euro³.
- ▶ Notate che il bilancio SIAE 2008 era di 671 milioni di euro.

³<http://punto-informatico.it/2787994/PI/Commenti/equo-compenso.aspx>



Stati Uniti

- ▶ Negli Stati Uniti la legge è più intricata, fino al 1909 la durata della tutela era di 28 anni + 14 di estensione. Oggi, dopo varie riforme dipende da chi ha creato l'opera:
 - ▶ 70 dopo la morte di un singolo autore
 - ▶ 120 dopo la creazione o 95 dopo la pubblicazione se l'autore è una corporation.
- ▶ Il risultato è che se voi avete in mano un'opera è quasi impossibile sapere se è ancora coperta da copyright⁴.

⁴<http://copyright.cornell.edu/resources/publicdomain.cfm>



I brevetti

Il campo delle invenzioni brevettabili si è esteso a settori impensabili:

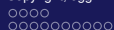
- ▶ sequenze di genoma
- ▶ software



I marchi⁵

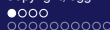
- ▶ Nella loro accezione iniziale i marchi servivano ad evitare che il consumatore si confondesse. Le leggi americane quindi erano incentrate nel punire quelle applicazioni commerciali che cercavano di ingannare il consumatore.
- ▶ Alla base del ragionamento c'era il fatto che un prodotto non fosse associato ad un marchio solo perchè c'era scritto sopra, ma che il marchio avesse una rispondenza in termini di qualità, e che quindi copiare il marchio su un prodotto scadente avrebbe messo in difficoltà il compratore.

⁵<http://leonardo.lilik.it/wordpress/2008/09/19/anche-i-marchi-hanno-i-loro-problemi/>



I marchi

- ▶ Oggi un marchio non è più associabile con certezza ad un prodotto di una certa qualità, ma è il marchio stesso è l'oggetto della compravendita. Il problema quindi non sta più nel difendere il consumatore, ma nel cercare di difendere l'immagine che si acquista con il marchio.
- ▶ Difendere un'immagine significa controllare il più possibile il modo in cui vengono diffuse informazioni sui marchi e l'utilizzo che se ne fa in tutti i settori, non solo in quelli commerciali. La legge americana quindi, finisce per rendere punibili anche utilizzi non commerciali anche se questo può limitare la libertà di espressione.



Chi se ne giova?

Benkler [4] spiega molto bene come funziona il mercato e chi si avvantaggia di questa situazione. Secondo Benkler ci sono diverse forme di vivere di opere dell'ingegno, tra queste:

- ▶ il modello *Avvocato Erudito*: scrive articoli su riviste, giornali ma non ricava un beneficio economico diretto se non in termini di promozione
- ▶ il modello *start-up*: piccola azienda che produce rapidamente valore, lo immagazzina con software, copyright, brevetti, anche sperando di poter essere acquisita da imprese più grandi. Questo modello può essere basato su un approccio più o meno aperto.
- ▶ il modello *mickey*: una grande multinazionale, che mantiene un bacino di opere protette e le sfrutta economicamente in tutti i modi possibili, fino all'ultimo centesimo.



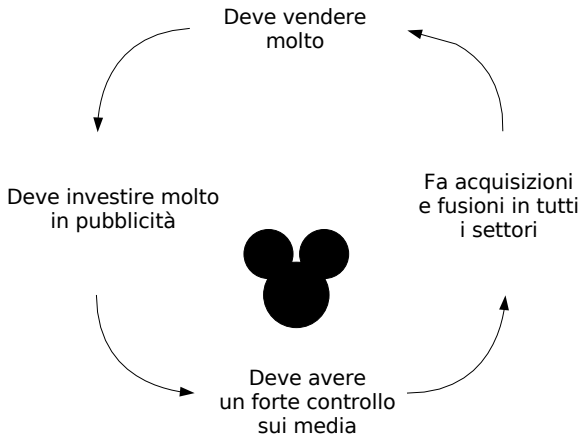
L'azienda Mickey

E' l'unica che trae profitto da un inasprimento delle protezioni. Come opera una Major dell'intrattenimento?

- ▶ Privatizza dei contenuti aperti: prende immagini dalla tradizione popolare e ne fa un prodotto commerciale acquisendo il monopolio anche della tradizione (vedi Sirenetta, Pinocchio ecc...).
- ▶ Sfrutta i propri contenuti in tutti i modi possibili: film, DVD, merchandising, sponsorizzazioni.
- ▶ Ha maggiori profitti se ha un grande bacino di opere protette. Le major tendono a fondersi per coprire fette di mercato più grandi.
- ▶ Estendere la lunghezza del diritto d'autore significa per l'azienda mickey poter godere più a lungo del proprio bacino di opere.



Mickey: un topo che si morde la coda!





Mickey ed il copyright

- ▶ Non passeranno mai 70 dopo la morte di Mickey, perchè il topo non morirà mai :-)
- ▶ Le Major sopravvivono ai loro artisti e continuano a godere dei diritti d'autore anche dopo la loro morte
- ▶ E' quindi il business model di Mickey quello che trae vantaggio da diritti d'autore potenzialmente illimitati.



E' proprio così?

Per verificare queste teorie, andiamo a controllare nel nostro paese come sono distribuiti i fatturati nei settori chiave dell'*entertainment*.

- ▶ Cinema
- ▶ Libri
- ▶ Giornali
- ▶ Musica
- ▶ Televisioni



Il Cinema in Italia[5]

- ▶ Nel 2007 in Italia sono stati prodotti 121 film, distribuiti 887. Il fatturato è di circa 617 milioni di euro (+57Milioni dal 2006).
- ▶ Le prime 5 case di distribuzione prendono il 65% del fatturato e distribuiscono 230 film
- ▶ Le prime 8 prendono l'89% del fatturato (403 film)
- ▶ Tutte le seguenti distribuiscono 483 film, si spartiscono il rimanente 11%
- ▶ I primi 20 film incassano il 44% del fatturato totale, gli ultimi 100 film si spartiscono lo 0.4%



L'editoria in Italia

- ▶ Arianna.org cura la classifica di vendite per *La Repubblica* e pubblica alcuni dati sul proprio sito. Nel 2007 i primi 30 libri per incasso sono distribuiti da 10 editori diversi di cui:
 - ▶ il primo ha 9 libri in classifica
 - ▶ i primi tre ne hanno 21



I quotidiani in Italia

I dati raccolti dall'agenzia diffusione stampa su 59 testate (non sportive) dicono che in Italia si vendono circa 3.7 milioni di quotidiani al giorno.

- ▶ i primi 2 realizzano il 24% delle vendite
- ▶ i primi 5 il 40%
- ▶ gli ultimi 26 si spartiscono il 10%



La musica in Italia

La SIAE pubblica ogni settimana la classifica delle vendite dei primi 100 CD. Nelle prime 35 settimane del 2008 abbiamo:

- ▶ su 3500 posizioni in classifica 3199 sono divise tra le 4 major (91%)
- ▶ Sony, Universal, WMI e EMI hanno il 28%, il 26%, il 23% ed il 13% dei dischi in classifica
- ▶ I dati di fatturato ci dicono che le prime 4 major posseggono il 75% del mercato



La televisione in Italia

Finiamo con la televisione: i dati auditel del 2006 dicono che lo share per i canali nazionali (compresi DTT e Satellite) sono:

- ▶ RAI: 44.1%
- ▶ Mediaset 40.6%
- ▶ La7 2.29%
- ▶ Altre emittenti terrestre 6.11
- ▶ Altre emittenti Sat 6.65



Chi sono queste aziende?

Alcuni nomi:

- ▶ la RAI controlla:
 - ▶ i canali televisivi, i canali Radiofonici, la produzione cinematografica
- ▶ il gruppo RCS controlla:
 - ▶ Il Corriere della sera, Rizzoli editore, partecipa in Radio Montecarlo, Radio 101
- ▶ Gruppo Espresso
 - ▶ La Repubblica, Il Tirreno, Radio DJ, Radio Capital, All Music
- ▶ Gruppo Fininvest
 - ▶ Mediaset, Mondadori, Medusa Film
- ▶ Sony, Warner, Universal sono sia nella musica che nel cinema



Un mercato della ristrettezza

- ▶ Un mercato della ristrettezza è quello basato su beni il cui costo di riproduzione e immagazzinamento è alto (beni fisici).
- ▶ In questo contesto, un venditore, che ha a disposizione uno spazio limitato, lo riempirà delle merci che vendono di più, senza lasciare spazio alle nicchie.
- ▶ Il sistema quindi, si auto-alimenta. Più le classifiche sono sbilanciate verso le prime posizioni, più è conveniente assecondare questa tendenza per chi vende.



Un mercato della ristrettezza, segue

- ▶ Il successo dei media tradizionali si basano su questo paradigma (pochi canali televisivi, pochi negozi di musica, poche radio ecc...).
- ▶ Nelle condizioni di oligopolio non è possibile entrare nel mercato per nessuno dei potenziali concorrenti. Spesso, gli attori dominanti del mercato agiscono come un cartello, mettendo in campo strumenti illeciti⁶, quindi . . .
- ▶ . . . le nostre influenze culturali quindi sono plasmate da un mercato molto controllato, che ci impone dei modelli ben precisi
- ▶ C'è proprio bisogno di fare l'esempio della televisione italiana? :-)

⁶Vedi i casi di cartello sui prezzi della musica in mp3 o le condanne alle Major per i passaggi a pagamento non denunciati nelle radio,
<http://leonardo.lilik.it/wordpress/2010/01/18/un-cartello-sui-prezzi-della-musica/>,
<http://leonardo.lilik.it/wordpress/2008/12/14/payola/>



Fine della prima parte - la cultura Read-Only

- ▶ Citando Lawrence Lessig⁷ quello che abbiamo descritto finora e che ha prosperato fino al secolo scorso è un modello di cultura Read-Only:
 - ▶ Pochi giganti producono cultura
 - ▶ La trasmettono su media di loro controllo
 - ▶ La ristrettezza dei media e gli alti costi di produzione fanno sì che non ci sia alternativa
- ▶ E' un mercato dominato dagli intermediari (gli editori, nel senso più generale del termine), che decidono cosa viene prodotto e in che modo raggiungerà gli utenti.

⁷remix.lessig.org/



Internet è differente

Con Internet le cose cambiano decisamente, consideriamo due fenomeni (in ordine di importanza) che determinano un cambio di paradigma:

- ▶ Le reti di file-sharing
- ▶ Il Web 2.0



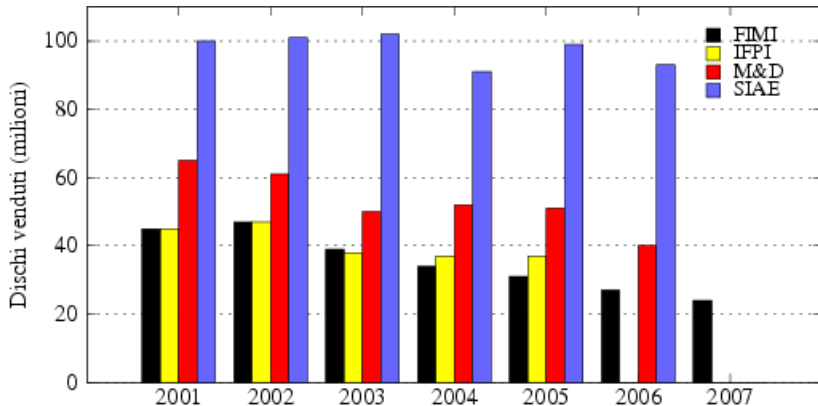
Milioni di peers. . .

Una rete p2p è una rete in cui i partecipanti si scambiano risorse senza intermediari.

- ▶ Sono reti in cui ogni peer mette a disposizione la propria banda e il proprio spazio per condividere risorse.
- ▶ Vi partecipano decine di milioni di persone in tutto il mondo
- ▶ Sono piene di materiale coperto da copyright
- ▶ Sono difficili da controllare, quasi impossibili da arrestare



Ed i CD?





Back to the future

Siamo nell'era del web 2.0: lo so, non è originale da dire. Ma è vero.

- ▶ Fino a pochi anni fa il web era diviso tra chi produceva contenuti (editori o privati con delle competenze tecniche) e chi ne usufruiva.
- ▶ I siti erano prevalentemente statici e con nessuna interazione con gli utenti.



L'inizio dell'interazione

Linguaggi di programmazione come il PHP/Ruby/ASP dal lato server e flash, AJAX dal lato client questi strumenti introducono grosse novità:

- ▶ Tutti possono produrre contenuti
- ▶ E' molto facile recuperare e ripubblicare contenuti presi da altre fonti, modificandoli o semplicemente diffondendoli.
- ▶ Al contempo, l'elettronica oggi ci permette di produrre facilmente video, musica, software. . .



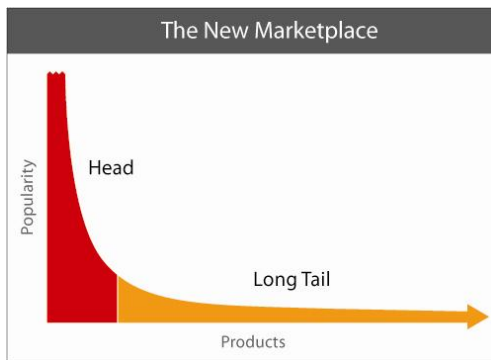
Google, ontologie, aggregatori

Se tutti gli utenti di Internet possono produrre contenuti, come si fa a trovarli?

- ▶ Aggregatori e motori di ricerca rendono possibile l'emergere di informazioni rilevanti dal mare magno di Internet in qualsiasi nicchia, anche quella commercialmente meno interessante.
- ▶ Gli utenti stessi *taggano*, votano, portano in superficie i contenuti che preferiscono.
- ▶ Le reti sociali permettono di avvicinarsi a persone che hanno gusti simili ai propri.
- ▶ tutti questi elementi minano una delle basi del mercato che abbiamo conosciuto nel 900, non è più un mercato della ristrettezza.



Nuovi modelli di business: La coda lunga



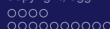
Qualsiasi oggetto che non ha un valore commerciale alto nel mercato della ristrettezza, nel mercato dell'abbondanza ha un valore, a volte anche commerciale [7].



Internet è più plurale ed interessante

Internet è uno strumento che offre molta più varietà di tutti i mezzi di comunicazione precedente.

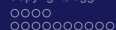
- ▶ In internet ci sono più contenuti
- ▶ i lucchetti del copyright si sono allentati, sia per *disattenzione*, sia per volontà di condivisione,
- ▶ ci sono contenuti soggettivamente più interessanti e sono facili da trovare.
- ▶ Viviamo in un mondo in cui la cultura non è più Read-Only, ma è diventata Read-Write



L'interesse si sposta verso la rete

Acune confeme:

- ▶ I giovani sotto i 14 anni passano mediamente lo stesso tempo davanti alla televisione o davanti a computer/console [6].
- ▶ Il 15% dei dirigenti delle più importanti imprese di entertainment in una ricerca pubblicata nel 2007 hanno sostenuto che nel 2008 avrebbero speso la maggior parte degli investimenti in pubblicità in social network [8].
- ▶ Alcuni dei mercati dei media (CD, giornali) non stanno passando un bel periodo.

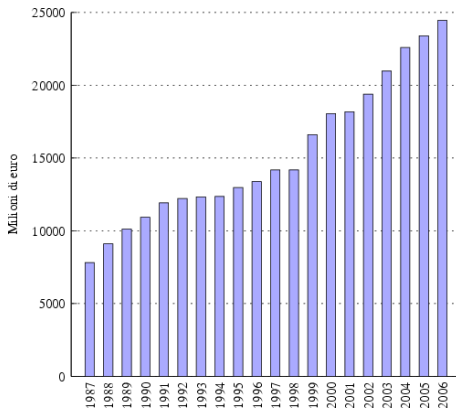


Gli intermediari

- ▶ Gli intermediari vecchio stile perdono la loro importanza.
- ▶ Oggi, le aziende che raccolgono maggiore pubblico usano gli user generated content (Google, YouTube, FB. . .).



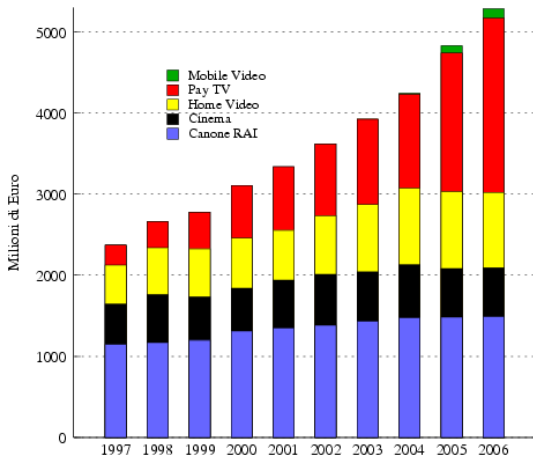
Conseguenze sul mercato nel complesso⁸



⁸televisione, radio, cinema, musica, libri, home-video, quotidiani, periodici, videogiochi, pubblicità su Internet e mobile content,
<http://leonardo.lilik.it/wordpress/2009/02/13/se-la-pirateria-non-e-la-causa-di-tutti-i-mali/>



Conseguenze sul mercato nel complesso⁹



⁹<http://leonardo.lilik.it/wordpress/2009/02/13/se-la-pirateria-non-e-la-causa-di-tutti-i-mali/>



Come reagiscono le major?

Le grandi case di produzione di *entertainment* vedono la loro posizione dominante in pericolo, e percorrono quattro strade:

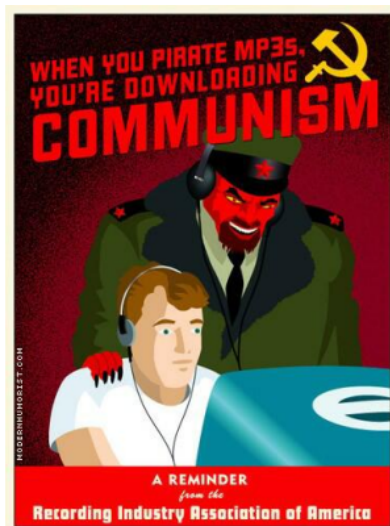
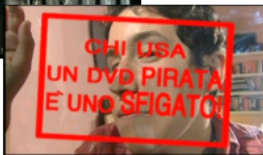
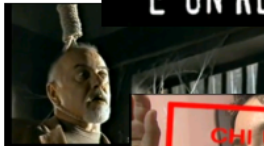
- ▶ La propaganda: pubblicità e presenza nei media ci impone il concetto che se crolla il mercato si danneggia la cultura stessa, non gli interessi delle Major.
- ▶ La legge (I): vengono intentate cause contro portali e persone fisiche che condividono contenuti
- ▶ La legge (II): si convincono i governi a produrre norme più rigide contro la pirateria
- ▶ La tecnica: diventano comuni i sistemi di protezione dei contenuti digitali (DRM).



La retorica



LA PIRATERIA
E' UN REATO





La retorica

- ▶ Ci siamo oramai abituati a ricevere informazioni parziali o sbagliate sulla pirateria, ad esempio scaricare non è reato ed è diverso da rubare
- ▶ Ci siamo abituati alla retorica del povero artista che fino a ieri navigava nell'oro e che oggi è diventato un poveraccio
- ▶ Ci siamo abituati a sentire raccontare che la pirateria ha ucciso il mercato e mette a rischio milioni di posti di lavoro.



La retorica: il reddito dei musicisti¹⁰

| Anno | Reddito annuale | Media giornaliera | Giornate lavorate |
|------|-----------------|-------------------|-------------------|
| 2000 | 7567 | 117,86 | 64,2 |
| 2001 | 7542 | 120,78 | 62,4 |
| 2002 | 6706 | 118,74 | 56,5 |
| 2003 | 6157 | 120,9 | 50,9 |
| 2004 | 6534 | 123,58 | 52,9 |
| 2005 | 6752 | 120,7 | 55,9 |
| 2006 | 6868 | 127,6 | 53,8 |
| 2007 | 6926 | 128,39 | 53,9 |
| 2008 | 7366 | 129,73 | 56,8 |

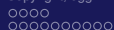
¹⁰Fonte ENPALS:

<http://leonardo.lilik.it/wordpress/2009/10/29/linuxday-reddito-degli-artisti/>



| decili | reddito max | totale decile |
|--------|---------------------------|---------------|
| 1 | 43 | 126.018 |
| 2 | 108 | 189.173 |
| 3 | 210 | 299.724 |
| 4 | 400 | 552.462 |
| 5 | 800 | 1.167.409 |
| 6 | 1643 | 2.461.566 |
| 7 | 3526 | 5.494.682 |
| 8 | 8802 | 15.397.158 |
| 9 | 27791 | 55.421.336 |
| 10 | 59773¹¹ | 348.890.466 |

¹¹reddito medio per questo decile



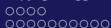
La legge (I)

- ▶ Sono innumerevoli i casi di persone o organizzazioni denunciate per violazione del copyright. Alcuni casi celebri:
 - ▶ Svezia: il tracker Torrent ThePirateBay viene costretto a chiudere i battenti
 - ▶ Italia: il caso Peppermint
 - ▶ USA: innumerevoli casi, la condivisione di un file vi può costare anche 9000\$! il 99% di questi casi non arrivano in tribunale.
- ▶ Non ci sono dati certi (e non ve ne possono essere) riguardo a quanto questa intensa attività abbia diminuito l'attività di file-sharing.



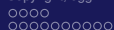
La legge (II)

- ▶ Le Major sono molto abili a fare azioni di lobbismo nei confronti dei governi, nazionali e sovranazionali.
- ▶ Alcune delle proposte fatte, solo negli ultimi mesi sono le seguenti.



Comitato antipirateria

- ▶ Istituita a gennaio, composta da rappresentanti dei ministeri interessati e della SIAE.
- ▶ Dovrebbe introdurre norme o regolamenti per limitare il fenomeno della pirateria nel nostro paese (4 fantamiliardi di euro di fenomeno!)
- ▶ Per il momento non ha prodotto niente, se non un forum.



Commissione equo compenso

- ▶ Istituita il 28 maggio con lo scopo di rivedere la dimensione dell'equo compenso.
- ▶ Altroconsumo ha presentato una relazione
- ▶ A dicembre il ministro Bondi ha alzato i valori dei compensi



Decreto sicurezza - Maggio 2009

Norme ostantive

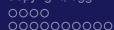
Sono ostantive all'ingresso anche le condanne con sentenza irrevocabile per uno dei reati relativi alla tutela del diritto d'autore o alla contraffazione o alterazione a fini commerciali di marchi industriali o di segni distintivi di opere dell'ingegno



Proposta di legge Barbareschi

A febbraio, L'On. Luca Barbareschi dichiara la paternità di una proposta di legge che girava in rete da un po' di tempo. I punti salienti di questa proposta sono:

- ▶ La creazione di *piattaforme telematiche per l'immissione e la fruizione legittime e gratuite di opere dell'ingegno*. I detentori dei diritti sono compensati da introiti pubblicitari e di sponsorizzazione.
- ▶ attribuzione di specifici profili di diretta responsabilità civile, amministrativa e penale all'operato dei **prestatori di servizi** della società dell'informazione
- ▶ previsione di sistemi sanzionatori prevalentemente di natura civile ed amministrativa, nonché di natura penale per i casi di più gravi violazioni
- ▶ attribuzione di poteri di controllo **alle Autorità di Governo ed alle Forze dell'ordine** sulle piattaforme.



Proposta di Legge Carlucci

- ▶ È fatto divieto di effettuare o agevolare l'immissione nella Rete di contenuti in qualsiasi forma [...] in maniera anonima
- ▶ I soggetti che [...] rendano possibili i comportamenti di cui al comma 1 sono da ritenersi responsabili - in solido con coloro che hanno effettuato le pubblicazioni anonime - di ogni e qualsiasi reato, danno o violazione amministrativa cagionati ai danni di terzi o dello Stato
- ▶ Per quanto riguarda i reati di diffamazione si applicano, senza alcuna eccezione, tutte le norme relative alla Stampa



Europa: EUCD, Telekom package e ACTA

- ▶ La direttiva EUCD è stata fortemente voluta dalle Major del disco, sulla riga della legge DMCA americana. Introduce, tra le altre cose la protezione delle misure tecnologiche di cui parliamo dopo
- ▶ Nella direttiva Telekom sulle telecomunicazioni è stata fatta una forte pressione per riuscire ad introdurre il concetto dei three-strikes, per fortuna senza successo.
- ▶ Una volta fallita la via legale, i three-strikes stanno rientrando dalla finestra attraverso accordi commerciali: i trattati ACTA



Digital Rights Management

I DRM sono misure tecnologiche che vengono aggiunte ai contenuti multimediali per impedire alcuni utilizzi nel teorico rispetto dei diritti d'autore¹². Esempi celebri:

- ▶ DVD CSS
- ▶ Apple FairPlay
- ▶ Windows Media DRM
- ▶ Amazon Kindle ebook DRM
- ▶ ...

¹²La fonte di questa sezione è [9]



Come funzionano?

- ▶ Il DRM introduce tutta una filiera di controllo sui contenuti che parte dalla sorgente (iTunes) fino all'apparato che usate per ascoltare la musica
- ▶ Questo prevede che tutti i passaggi intermedi debbano essere compatibili con il DRM stesso (il programma che usate per scaricare la musica e per caricarla sull'apparato)



Come funzionano?

- ▶ I DRM utilizzano funzioni crittografiche per tracciare l'utilizzo dei file
- ▶ Un file viene cifrato e firmato digitalmente.
- ▶ Le chiavi crittografiche per la decifratura e la verifica delle firme sono incluse nei programmi che gestiscono i file, quindi non possono essere bypassate.
- ▶ Gli stessi programmi impediscono che tali file possano essere copiati, spostati o utilizzati in modi non concessi.
- ▶ Nella pratica, i DRM rendono le opere *rivali ed escludibili*.



Come funzionano?

- ▶ A volte, oltre ad un controllo software se ne aggiunge uno hardware.
 - ▶ Ad esempio, i DVD hanno un codice di nazionalità che viene inserito sia nei dischi che nei lettori. In teoria, ciascun continente dovrebbe usare solo lettori e dischi autorizzati per quel mercato.
 - ▶ Qualcosa di analogo succede per un iPhone, dove il processore è in grado di verificare le firme digitali presenti nei programmi che si eseguono sul telefono e di impedire all'utente di eseguire programmi non autorizzati.



REL: Rights Expression Languages

- ▶ I REL sono i linguaggi attraverso cui si definiscono le possibilità associate ad un'opera protetta da DRM.
- ▶ Esistono molti tipi di REL, spesso associati a tecnologie di protezione, non particolarmente chiari per l'utente. Anche se sembra strano un REL serve più al programma con cui si maneggiano i dati piuttosto che all'utente che lo usa e che ne dovrebbe conoscere le condizioni.
- ▶ Tutto sommato, quando comprate un file multimediale state firmando un contratto . . .



REL: Rights Expression Languages

```

<datum>
  <keyHolder licensePartIdRef="Alice"/>
</datum>
<datum>
  <mx:diReference licensePartIdRef="eBook"/>
</datum>
<datum>
  <oebx:recurrencePeriod>
    <oebx:period>
      <oebx:unit>oebx:day</oebx:unit>
      <oebx:unitCount>7</oebx:unitCount>
    </oebx:period>
  </oebx:recurrencePeriod>
</datum>
<datum>
  <oebx:exerciseLimitPerPeriod>5

```



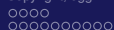
Un DRM è un contratto?

- ▶ Quando voi comprate una macchina, vi danno un contratto con tutte le condizioni.
- ▶ Voi potete leggere il contratto e firmarlo. E' vostra responsabilità.
- ▶ Quando comprate un file protetto da DRM, siete in grado di leggere il contratto?



Un DRM è un contratto?

- ▶ I contratti, generalmente sono sbilanciati dalla parte di chi li scrive, che esercita un potere maggiore ed è dotato di maggiore razionalità.
- ▶ In questo caso, lo sbilanciamento è ancora più importante, perchè le conoscenze di cui avete bisogno per capirlo sono poco comuni. E' più facile che una delle parti aggiunga delle clausole che la legge non gli permetterebbe per fare un contratto vessatorio nei confronti del contraente.
- ▶ Il DRM quindi facilmente dà al detentore dei diritti che non avrebbe per legge. Ad esempio, non permette il *fair use*, o non permette la ri-vendita del bene.
- ▶ Nella pratica, il DRM diventa la legge.



DRM: caratteristiche (I)

- ▶ La legge si applica ex-post, ovvero dopo che avete dimostrato di essere i detentori del diritto. Il DRM invece limita le libertà prima che possa avvenire un'infrazione.
- ▶ Il DRM può farsi giustizia da solo (ad esempio cancellandovi i file, vedi eBook Amazon) senza aspettare che la legge faccia il suo corso.



DRM: caratteristiche (II)

- ▶ Abbiamo visto che il diritto d'autore nasce come qualcosa di temporaneo.
- ▶ Il DRM invece può essere perpetuo e dipende dal tempo di vita del programma/apparato che utilizzate.



Le conseguenze del DRM

Il DRM ha forti conseguenze sulla privacy, l'esempio più estremo è quello del DRM Sony sui CD.

- ▶ Sony ha inserito in 5.7 milioni di CD una protezione, un programma auto-installante nei computer Windows.
- ▶ Si installa senza avvertire l'utente e impedisce la copia dei programmi.
- ▶ Contiene vulnerabilità che permettono ad altri software di installarsi (malware).
- ▶ Conteneva anche librerie altrui, usate in violazione del loro copyright. . .
- ▶ Sony è stata denunciata, ha ritirato il prodotto ed ha pagato i danni in varie sedi.
- ▶ In generale, un DRM può tracciare e profilare tutte le vostre attività relative al file (o meno).



Le conseguenze del DRM

Il DRM ha forti conseguenze sul mercato perchè segmenta un mercato che altrimenti non sarebbe diviso, per via dell'interoperabilità nulla tra le piattaforme.

- ▶ Non potete spostare un file da un lettore ad un altro.
- ▶ Non potete cambiare produttore, altrimenti perdete tutta la vostra collezione. Si crea una condizione di lock-in.
- ▶ Si pone un limite anche geo-politico tra i paesi che possono permettersi queste tecnologie e gli altri (quando in passato, la crescita dei paesi industrializzati si basava largamente sul *copiare*)



L'utente-nemico

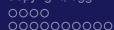
- ▶ Il concetto alla base del DRM è quello di limitare le possibilità dell'utente, come se fosse un nemico.
- ▶ La conseguenza più elementare è che il DRM, per un utente è solo un **peggioramento**
- ▶ Le aziende che vendono opere online non appoggiano i DRM, perchè gli utenti non li vogliono. Fanno eccezione quelle aziende che vendono anche apparati e godono del lock-in (Apple, Amazon)
- ▶ I DRM stanno lentamente perdendo campo.



Gli anticorpi della rete

Abbiamo visto:

- ▶ I principi guida del copyright negli anni.
- ▶ Come questi principi siano stati piegati fino a portare ad una situazione di oligopolio di mercato e culturale.
- ▶ Come il mutamento tecnologico abbia finito per svantaggiare le vecchie aziende oligopoliste
- ▶ Con quali strumenti queste aziende provino oggi a difendere la loro posizione dominante.
- ▶ Vediamo ora quali sono gli anticorpi che la società di Internet ha sviluppato per cercare di combattere questa situazione.



La Pirateria

- ▶ Come abbiamo visto, la pirateria intesa come condivisione senza scopo di lucro di opere protette è molto diffusa sulla rete.
- ▶ Anche se è un'azione illegale, non posso considerarla un'azione immorale.
- ▶ In tutti i contesti infatti, nel momento in cui si estremizzano le restrizioni legali fino a rendere quasi repressivo il contesto sociale, è normale che si abbiano reazioni che vanno oltre la legalità
- ▶ Esistono però delle reazioni più importanti, più condivisibili e da difendere con forza.



La Pirateria

A che servirebbe la pirateria se aveste:

- ▶ un sito contenente decine di migliaia di dischi **liberamente** scaricabili?
- ▶ un sito contenente decine di migliaia di libri **liberamente** scaricabili?
- ▶ un sito contenente decine di migliaia di fotografie **liberamente** scaricabili?
- ▶ un sito contenente decine di migliaia di software **liberamente** scaricabili?
- ▶ un sito contenente mappe di migliaia di città **liberamente** scaricabili?
- ▶ ...



Questi siti esistono

- ▶ Jamendo.org contiene quasi 30.000 album
- ▶ Project Gutenberg contiene oltre 30.000 libri
- ▶ Flickr contiene migliaia di foto
- ▶ Il sistema operativo GNU/Linux contiene tutte le applicazioni di cui la maggior parte delle persone ha bisogno.
- ▶ Openstreetmap fornisce mappe realizzate collettivamente utilizzabili con navigatori.



Liberamente Scaricabili?

Cosa vuol dire?

- ▶ vuol dire che se conoscete qualcuno che li possiede, questa persona è completamente libero di farne una copia e darvela.
- ▶ E' una delle libertà fondamentali di qualsiasi licenza che si definisce di **Copyleft**.



Copyleft

- ▶ L'espressione copyleft, in sè non ha una definizione precisa.
- ▶ E' un gioco di parole che indica l'avversione verso un modo troppo rigido di vedere il copyright.
- ▶ Nella pratica il copyleft però è possibile grazie all'esistenza del copyright.



Copyleft

- ▶ Quando voi create un'opera avete il copyright di quell'opera anche se non lo volete. I diritti morali sono vostri e non sono cedibili, gli altri invece li potete cedere.
- ▶ E' il principio attraverso cui un artista cede parte dei propri diritti ad una Major.
- ▶ Lo stesso principio lo potete applicare attraverso una concessione globale degli stessi diritti.
- ▶ In altre parole, utilizzando una licenza potete spontaneamente rinunciare ad alcuni diritti, nei confronti di tutti.



Copyleft

- ▶ Le licenze che potete utilizzare sono tantissime, ne vedremo tre modelli: la GNU GPL, le licenze open source e le Creative Commons.
- ▶ Quello che accomuna tutte queste licenze è che, almeno senza scopo di lucro, potete ridistribuire liberamente l'opera.

Copyright!

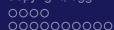
Notate bene che se non esistesse una legge che vi dà il diritto d'autore, non potreste neanche cederlo, tale diritto!



Copyleft: GNU GPL

La General Public License è una licenza che si usa generalmente per il software che vi permette:

- ▶ di usare il programma
- ▶ di ottenere e modificare il codice sorgente
- ▶ di ridistribuire il programma a patto di **mantenere inalterata la licenza GPL**.
- ▶ Questa ultima condizione è la *clausola di persistenza*.



Clausola di persistenza

- ▶ Impone che anche in applicazioni commerciali, il software che nasce *libero* rimanga tale.
- ▶ Si può vendere e modificare, ma deve essere rilasciato con la stessa licenza!
- ▶ E' la clausola che garantisce che la comunità possa sempre godere dei propri progressi. Chi fa degli usi commerciali, si appoggia sul lavoro della comunità (ed è perfettamente lecito) ma è costretto a contribuire all'indietro, non può privatizzare tale lavoro.



Copyleft: licenze opensource

- ▶ Esistono molte licenze (BSD, Mozilla. . .) che sono simili alla GPL ma non contengono le clausole di persistenza
- ▶ I produttori di software possono prendere Firefox, cambiargli nome, chiudere tutto in un prodotto commerciale non copyleft e venderlo
- ▶ Chiaramente, dovranno citare gli autori originali (non è possibile appropriarsi di lavoro altrui)



Mercato

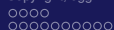
- ▶ Moltissime aziende rilasciano prodotti con licenze copyleft. Basti pensare a tutte le aziende che producono apparati basati su GNU/Linux:
 - ▶ Google Android
 - ▶ Nokia Maemo
 - ▶ RedHat Linux
 - ▶ Novell Linux
 - ▶ ...
- ▶ Perché?



Mercato

I motivi sono molteplici:

- ▶ Esiste già tanto software libero che funziona. Quindi è facile per un'azienda partire da questo, ma poi sono vincolate a contribuire al suo sviluppo.
- ▶ Spesso, usare software libero è semplicemente più conveniente di alternative proprietarie.
- ▶ Se si riesce a costruire una comunità di sviluppatori, si hanno molti feedback e molti vantaggi dovuti all'apertura della piattaforma.
- ▶ Molti prodotti che le aziende non riescono più a sviluppare vengono *liberati* per poter avere una seconda vita. E' il caso di Staroffice, Netscape, Eudora, SUN Solaris. . . Alle volte dalle ceneri di progetti morti nascono prodotti nuovi e di successo (OpenOffice, Firefox. . .)



Creative Commons

Quando non si parla di software, le CC sono le licenze che hanno avuto più successo negli ultimi anni.

- ▶ Sono semplici da usare
- ▶ Sono chiare per chi le usa e per chi le legge
- ▶ Sono modellabili secondo i vostri requisiti






Creative Commons

- ▶ Nascono nel 2001 per iniziativa di Lawrence Lessig, professore di legge a Stanford,
- ▶ Vengono tradotte in italiano (giuridicamente parlando) nel 2004 dalla sezione italiana dell'associazione omonima



I REL di CC







Anche le CC hanno il loro linguaggio REL, ma molto più chiaro ed espresso graficamente.

- ▶  BY: attribution
- ▶   NC: non commercial
- ▶  SA: Share Alike
- ▶  ND: Non derivative



I REL di CC

Questi simboli possono essere composti per costruire le 6 licenze più importanti realizzate da CC.

- ▶  BY: attribution
- ▶  BY-NC
- ▶  BY-ND
- ▶  BY-SA
- ▶  BY-NC-ND
- ▶  BY-NC-SA



Usare le CC

Esistono molti modi di usare le CC:

- ▶ Aggiungere a documenti che pubblicate
- ▶ Aggiungere un codice HTML ai vostri siti (da scaricare dal sito CC)
- ▶ Aggiungere TAG specifici su siti di social networking (es. Flickr)
- ▶ ...



Usare le CC

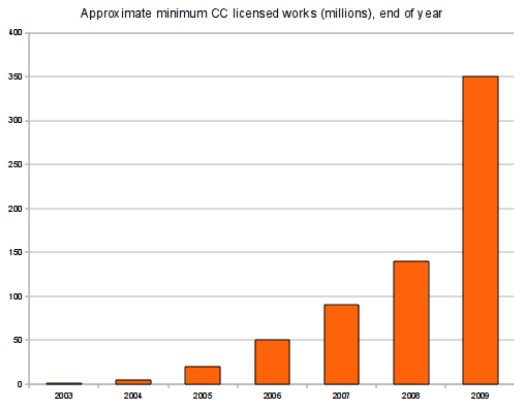
Vi merita usare CC?

- ▶ Generalmente, si.
- ▶ A meno che voi non abbiate un business plan organizzato diversamente, oggi piuttosto che limitare l'accesso alle vostre informazioni, è conveniente farle circolare il più possibile.
- ▶ Quindi, caso per caso, valutate cosa può essere rilasciato in CC dei vostri contenuti e con quale licenza
- ▶ NB: nessuno vi impedisce di fare dual-licensing, ad esempio di rilasciare una vostra opera in CC-BY-NC e poi rilicenziarla a qualcuno per scopi commerciali, dietro un compenso.



Chi usa le CC?

Dal sito creativecommons.org





Sopravvivere nel mercato

- ▶ Siamo abituati a immaginare un mercato che vive di diritti tolti, non ceduti.
- ▶ E' possibile avviare una propria iniziativa basata sul copyleft e non morire nell'intento?
- ▶ ... ovviamente, non esiste una risposta unica. Esistono però degli esempi che possono far ben sperare.



Esempi celebri - musica

- ▶ Esistono autori che godendo di un successo già stabilito hanno usato modelli copyleft.
- ▶ I Nine Inch Nails, una band americana da decine di milioni di dischi venduti ha rilasciato nel 2008 il suo ultimo disco, *Ghost I-IV* con una licenza *Attribution Non-Commercial Share Alike license*. Il disco è scaricabile dal loro sito in diverse versioni:
 - ▶ Gratis: le prime 9 tracce del disco
 - ▶ 5\$: tutte e 36 le tracce in download ed un volume in pdf di 40 pagine
 - ▶ 10\$: 2-CD set + booklet
 - ▶ 75\$: deluxe package, CD, DVD ...
 - ▶ 300\$: limited edition (2500 copie).
- ▶ L'edizione limited edition è andata sold-out in pochi giorni, contemporaneamente il disco è stato il più venduto su Amazon nel 2008.



Esempi celebri - libri

- ▶ In Italia esistono almeno due collettivi che rilasciano libri che vengono venduti e rilasciati in copyleft, Wu-Ming e Kai Zen.
- ▶ Oltre a questi, molti autori Italiani e stranieri utilizzano licenze Creative Commons per diffondere le proprie opere ed al tempo stesso venderle.



Esempi celebri - televisione

- ▶ Grossi network come BBC e Al Jazeera hanno rilasciato parte delle proprie pubblicazioni con licenze Creative Commons.



Esempi celebri - Software

- ▶ Il software libero è una realtà affermata non solo per i contributi degli utenti ma anche per la collaborazione delle imprese.
- ▶ IBM, RedHat, Novell, SUN . . . sono alcune aziende che rilasciano prodotti in varie forme di licenze *copyleft*.



Casi meno celebri, ma importanti

- ▶ L'obiezione che si può fare a questi esempi è che quando si è già famosi ci si può permettere anche di usare licenze copyleft
- ▶ Quando ancora bisogna emergere, è conveniente? Può esistere un mercato per il copyleft che non sia trainato da un precedente business copyright?

Beatpick



- ▶ E' un'etichetta discografica che produce musicisti e rilascia i pezzi in licenza CC-by-nc-sa
- ▶ Se volete utilizzare musica per scopi commerciali dovete pagare una licenza.
- ▶ Tra i suoi clienti:
 - ▶ 20th Century Fox
 - ▶ Mercedes Benz
 - ▶ Ralph Lauren ...

Jamendo



- ▶ Il concetto è lo stesso di beatpick solo che Jamendo non produce artisti, ma lascia che gli artisti di qualsiasi tipo carichino musica sul loro portale.
- ▶ Oltre all'ascolto gratuito ci sono diverse forme di licenze *pro* che permettono a chi le compra di usare la musica in contesti commerciali, ma anche di non pagare la SIAE per le esibizioni e le trasmissioni
- ▶ ha più di 30.000 album, 17.000 artisti ecc. . .



Anomolo



- ▶ Altra etichetta italiana che rilascia solo artisti in copyleft



- ▶ il Fronte Popolare per la Musica Libera è un gruppo di musicisti che hanno deciso di rilasciare la loro musica in CC
- ▶ non sono amatori, sono persone che vogliono fare i musicisti di professione.



Conclusioni

- ▶ Il copyright moderno nasce come una forma di protezione degli artisti, per permettergli di sopravvivere attraverso il loro lavoro.
- ▶ Ha subito degli anni delle distorsioni che lo hanno portato ad essere uno strumento di protezione dell'industria, più che degli autori.
- ▶ Internet ha rovesciato il tavolo, mettendo in crisi i modelli di profitto su cui si basa l'industria e suscitando reazioni molto forti.
- ▶ La rete ha sviluppato anticorpi di vario tipo per contrapporsi a questa privatizzazione della cultura moderna.



Grazie per l'attenzione.

www.leonardo.lilik.it
leonardo@lilik.it



Blog di Guido Scorza:<http://www.guidoscorza.it/?p=357>



<http://punto-informatico.it/2401013/PI/News/copyright-europa-premiera-vecchiette-etichette.aspx>



<http://www.visionpost.it/media/ideologie-nella-rete-una-mappa-ragionata.htm>



<http://www.congo-education.net/wealth-of-networks/ch-02.htm>



<http://www.anica.it/dati%20cinema/Dati%20cinema%202007.pdf>



<http://leonardo.lilik.it/wordpress/2008/10/05/un-bel-post-di-retroguardia-la-televisione/>



www.thelongtail.com



<http://leonardo.lilik.it/wordpress/2008/05/11/accenture-global-content-study/>



Roberto Caso, Digital Rights Management