

Joost Smiers e Marieke van Schijndel

LA FINE DEL COPYRIGHT

INTRODUZIONE

Joost Smiers, tra i maggiori esperti internazionali su tematiche al crocevia fra cultura, economia e proprietà intellettuale, è Professore Emerito di scienze politiche e artistiche presso la Utrecht School of the Arts (Olanda), dove ha insegnato ininterrottamente fin dal 1985. Fra le sue numerose pubblicazioni e interventi, ha curato *Artistic Expression in a Corporate World. Do we need monopolistic control?* (2004).

Marieke van Schijndel è consigliere politico e pubblicista, attualmente vice-direttore della Mondriaan Foundation (Amsterdam, Olanda).

Traduzione di Claudia Di Palermo e Isabella Massardo
*Questo libro è stato pubblicato con il sostegno della Fondazione per la diffusione e la traduzione della letteratura **olandese***

© 2009 Joost Smiers e Marieke van Schijndel
© 2009 Stampa Alternativa/Nuovi Equilibri



Questo libro viene distribuito secondo i termini della licenza Creative Commons Attribuzione 3.0 Italia. Pertanto l'utente può riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico, esporre in pubblico, rappresentare, eseguire, recitare e modificare quest'opera – purché ogni volta ne vengano esplicitamente indicati autori ed editore, e ogni volta che si usa o distribuisce ulteriormente l'opera va fatto secondo i termini di questa stessa licenza, che va comunicata con chiarezza.

Per maggiori dettagli e per il testo completo della licenza, si veda:
<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/deed.it>
<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/legalcode>

Oggi il copyright garantisce agli autori il controllo esclusivo sull'uso di un numero sempre maggiore di espressioni artistiche. Spesso non sono gli autori i titolari di tali diritti, ma le imprese culturali cresciute a dismisura, che controllano contemporaneamente la produzione, la distribuzione e la promozione su ampia scala di film, musica, teatro, letteratura, musical, soap opera, spettacoli, arti figurative e design. Per tale motivo, queste imprese sono in grado di esercitare un vasto controllo su ciò che vediamo, ascoltiamo o leggiamo, sul contesto in cui ciò avviene, e soprattutto su ciò che “non potremo” vedere, ascoltare o leggere.

Va da sé che la naturale diffusione dei contenuti digitali potrebbe portare alla riorganizzazione di questo scenario controllato in maniera rigida e finanziato in misura eccessiva. Ma non possiamo esserne così sicuri. Il volume degli investimenti nell'industria dello spettacolo è considerevole e le attività sono diffuse a livello mondiale. La cultura è un prodotto redditizio per eccellenza. Al momento non vi è motivo per ipotizzare che gli odierni giganti dell'industria culturale possano rinunciare facilmente al predominio sul mercato, sia per quanto riguarda il settore delle opere tradizionali sia per quello digitale.

Il nostro è quindi un tentativo di suonare un campanello d'allarme. Quando un numero limitato di multinazionali esercita un forte controllo sul settore collettivo della comunicazione cul-

turale, è a rischio la democrazia stessa. La libertà di comunicare che spetta a ciascuno di noi e il diritto individuale di partecipare alla vita culturale della propria comunità (come sancito nella Dichiarazione universale dei Diritti Umani) può indebolirsi di fronte al diritto esclusivo di alcuni manager e investitori, che mirano soltanto al raggiungimento dei propri obiettivi ideologici ed economici.

Siamo convinti che non sia questa l'unica opzione prevedibile per il futuro. È possibile creare un level playing field, un terreno di gioco dalle pari opportunità, e nella nostra tesi il diritto d'autore rappresenta un ostacolo al raggiungimento di tale obiettivo. Nel contempo constatiamo gli effetti negativi dei best-seller, dei film di cassetta e dei grandi nomi promossi dai giganti della cultura che dominano il mercato senza lasciare spazio alle opere di numerosissimi altri artisti, costretti ai margini, la cui esistenza continuerà probabilmente a essere ignorata dal grande pubblico.

Nel primo capitolo del libro analizzeremo le molteplici obiezioni al diritto d'autore, da cui si deduce l'illogicità di puntare ancora granché su questo sistema. Ovviamente non siamo gli unici ad aver compreso come il copyright sia divenuto uno strumento problematico. Il secondo capitolo è infatti dedicato alle correnti che cercano di riportare il diritto d'autore sul giusto binario. Sebbene positivamente colpiti dagli argomenti e dall'impegno dei movimenti che si sforzano di proporre delle alternative, siamo dell'opinione che nel XXI secolo vi sia bisogno di un approccio più drastico e sostanziale. A questo è dedicato il terzo capitolo, dove proviamo a delineare il quadro di un terreno di gioco che offra pari opportunità a un gran numero di

imprenditori culturali, artisti inclusi. In base alla nostra analisi, in questo campo di gioco non c'è più spazio per il diritto d'autore, né per le imprese culturali che dominano a qualsiasi livello i mercati culturali.

Quali le aspettative di un simile approccio?

– Senza la tutela dell'investimento offerta dal diritto d'autore, non sarà più produttivo investire smodatamente in film di cassetta, best-seller e grandi nomi, che pertanto non potranno più dominare i mercati.

– I rapporti di mercato non consentiranno più di investire cifre esorbitanti per la produzione, la distribuzione e il marketing. La legislazione in materia di concorrenza, unitamente alle norme sulla proprietà, è lo strumento ideale per portare a un livellamento dei mercati.

– Il nostro patrimonio, presente e passato, di espressioni culturali, il pubblico dominio di conoscenza e creatività artistica non verrà più privatizzato.

A questo punto il mercato sarà talmente aperto da consentire a numerosi artisti di comunicare con il pubblico, senza interferenze da parte dei "grandi" della cultura (che non saranno più così grandi) e di conseguenza tali artisti potranno vendere più facilmente le proprie opere. Allo stesso tempo il pubblico, non più saturato dal marketing, potrà operare scelte culturali con maggior libertà, in base ai propri gusti e curiosità. Nel quarto capitolo, sulla base di alcuni brevi casi di studio, cercheremo di illustrare i possibili effetti delle nostre proposte.

Siamo perfettamente consapevoli di quanto appaiano radicali le nostre proposte d'intervento sul mercato. A volte, il solo pen-

siero di metterle in pratica può generare nervosismo. L'obiettivo è quello di ripartire il flusso di denaro in circolazione nei principali segmenti delle nostre economie nazionali e mondiali – questo rappresentano in fondo i settori culturali odierni – in porzioni di proprietà assai più ridotte. Ciò comporta una redistribuzione di capitale di portata gigantesca e finora quasi impensabile. La conseguenza delle nostre proposte è che le industrie culturali e mediatiche, con fatturati di svariati miliardi, andranno incontro al fallimento. Non molti prima di noi hanno proposto, con la nostra stessa coerenza, la costruzione di relazioni di mercato completamente nuove per il settore culturale, o per lo meno hanno provato a gettarne le basi teoriche. La nostra consolazione è che neppure Franklin D. Roosevelt avesse idea delle conseguenze quando lanciò il New Deal, senza per questo volerli lontanamente paragonare a lui. Eppure Roosevelt riuscì nel proprio intento, dimostrando come fosse possibile attuare una profonda riforma delle relazioni economiche.

Tutto ciò c'incoraggia a presentare questa analisi e queste proposte, al fine di favorire la discussione e stimolare ulteriori riflessioni in futuro. Siamo rimasti piacevolmente sorpresi dalla dichiarazione di Paul Krugman, vincitore del Premio Nobel per l'economia nel 2008, riportata da "The New York Times" il 6 giugno 2008: "Gradualmente tutto ciò che può essere digitalizzato verrà digitalizzato, rendendo la proprietà intellettuale sempre più facile da copiare e ancora più difficile da vendere a un prezzo superiore a quello nominale. E saremo costretti a trovare modelli commerciali ed economici che tengano conto di questa realtà". Definire e presentare nuovi "modelli commerciali ed economici" è esattamente l'obiettivo di questo libro.

Scorrendo l'indice, risulta chiaro che questa non vuole essere una pubblicazione sulla storia del diritto d'autore e sul suo attuale funzionamento. A tale proposito è possibile consultare vari testi eccellenti, a cui dobbiamo molto (ad esempio: Bently 2004, Dreier 2006, Goldstein 2001, Nimmer 1988 e 1994, Ricketson 2006 e Sherman 1994). Per un'introduzione ai principi di base del copyright e alle controversie che lo circondano, suggeriamo di fare riferimento alla relativa voce inglese su Wikipedia (<http://en.wikipedia.org/wiki/Copyright>) o anche a quella italiana (<http://it.wikipedia.org/wiki/Copyright>).

La nostra ricerca non è orientata verso aspetti marginali come il pessimismo o l'ottimismo culturale. Quel che ci guida è un concreto realismo: se il diritto d'autore e le attuali relazioni di mercato non sono giustificabili, ci sentiamo obbligati a chiederci cosa sia possibile fare per modificare la situazione. Neppure c'interessa la ripartizione fra produzioni artistiche ritenute superiori o inferiori, e tra cultura elitaria, di massa e popolare: un film è un film, un libro è un libro, un concerto è un concerto, e così via. La questione essenziale è: quali sono le condizioni per la produzione, la distribuzione, il marketing e il recepimento di tutte queste opere belle o brutte? E, in seconda battuta, in che modo tali condizioni influiscono su di noi, come individui e come collettività? È evidente che bisognerà lottare parecchio: chi ha il potere di decidere quale artista debba essere lanciato nel firmamento delle celebrità, per quali motivi e nell'interesse di chi? E tutti coloro che invece non riusciranno a sfondare, o rischiano addirittura di finire in carcere per il contenuto delle proprie opere? Ciò che vogliamo evidenziare con questo studio è come l'effettiva diversità e, di conseguenza, la pluralità

delle forme di espressione artistica abbiano pieno diritto di esistere e come sia possibile creare le condizioni economiche perché ciò venga realizzato.

Usiamo qui indistintamente i termini “diritto d’autore” e “copyright”, che per noi sono equivalenti. Ovviamente sappiamo benissimo come i due concetti abbiano un’origine, ma anche una forza e un’intenzione, ben diverse tra loro. Il diritto di copiare è fondamentalmente diverso dal diritto concepito per tutelare gli interessi degli artisti (gli autori, come generalmente vengono indicati). Tuttavia nel tempo questi concetti, la legislazione internazionale che ne è alla base e la prassi che li riguarda, sono andati sempre più uniformandosi. Le sfumature e le differenze residue non sono rilevanti per le analisi presentate in questo libro, poiché lo scopo finale è l’abolizione del diritto d’autore, ovvero del copyright. Inoltre, nei capitoli successivi, con il termine “opera” ci riferiamo a qualsiasi tipo di brano musicale, film, prodotti d’arte figurativa e design, libri, teatro e danza.

Le trasformazioni neoliberali degli ultimi decenni, come descritte ad esempio da Naomi Klein nel volume *Shock economy*. L’ascesa del capitalismo dei disastri (2007), hanno inciso anche sulla comunicazione culturale. Siamo sempre meno autorizzati a strutturare e organizzare i mercati culturali in modo che la diversità delle forme espressive possa svolgere un ruolo significativo nella coscienza di un vasto numero di persone. Si tratta di un problema molto rilevante.

Le espressioni culturali sono elementi essenziali alla formazione della nostra identità personale e sociale, aspetti assai delica-

ti della vita il cui controllo non dovrebbe essere lasciato nelle mani di un esiguo gruppo di individui che ne detengono i diritti. Tale controllo è esattamente ciò che oggi viene esercitato, tramite il possesso di milioni di diritti d’autore, sul contenuto dei nostri scambi culturali.

Su questo terreno delicato – l’ambito delle creazioni e delle rappresentazioni artistiche – operano migliaia e migliaia di artisti che ogni giorno propongono un gran numero di forme espressive assai diverse fra loro. È questo l’aspetto positivo che non dobbiamo dimenticare. Tuttavia, la triste realtà è che – essendo il mercato dominato dalle grandi imprese culturali e dai loro prodotti – la sotterranea diversità culturale esistente viene quasi bandita dallo spazio pubblico e dalla coscienza collettiva.

È necessario ripristinare un pubblico dominio in cui poter mettere in discussione le varie espressioni culturali. In questo senso occorre qualcosa di più di una critica approfondita all’attuale status quo culturale. Ciò che dunque proponiamo in questo saggio è una strategia del cambiamento. A nostro avviso è possibile forgiare i mercati in modo che la proprietà dei mezzi di produzione e della distribuzione venga a trovarsi nelle mani di un gran numero di individui. In questo modo, in base alla nostra analisi, nessuno potrà controllare in larga misura il contenuto e l’uso delle forme espressive attraverso il possesso di diritti di proprietà esclusivi e monopolistici. Con la creazione di mercati culturali fruibili per una miriade di espressioni artistiche, noi cittadini saremo di nuovo in grado di disporre della nostra vita culturale. I mercati della cultura devono essere integrati nel più vasto ambito delle nostre relazioni sociali, politiche e culturali.

In seguito alla crisi economica iniziata nel 2008, si è tornati a ipotizzare che i mercati possano e vadano regolati in modo da giovare non solo ai poteri finanziari, bensì tenendo in considerazione anche il peso di molti altri interessi. Particolarmente utile in tale contesto, fra gli strumenti legali già a nostra disposizione, è la politica a tutela della corretta concorrenza, la cui applicazione consente di eliminare la presenza di partiti dominanti sul mercato. Torneremo sull'argomento nel terzo capitolo.

Tuttavia il tema principale di questo libro è il diritto d'autore. Perché? Si tratta di una questione alquanto delicata, su cui grava il preconcetto che esso rappresenti l'espressione della nostra civiltà: ci prendiamo cura dei nostri artisti garantendone il rispetto delle opere. Si potrebbe dire parecchio sul perché il diritto d'autore non soddisfi tali aspettative, mentre minori spiegazioni necessita l'idea per cui il mercato potrebbe essere strutturato diversamente grazie all'applicazione del diritto in materia di concorrenza. Gli strumenti per farlo sono già a nostra disposizione, tuttavia realizzare la profonda ristrutturazione dei mercati culturali sarà un compito estremamente arduo. D'altro canto, però, il diritto d'autore si muove già su un terreno minato. Ci si chiederà il motivo di questo nostro studio, in controtendenza rispetto alla corrente del neoliberalismo. La prima ragione è di ordine culturale, sociale e politico. Il pubblico dominio della creatività e della conoscenza artistica dev'essere salvato e un gran numero di artisti, i loro produttori e committenti devono poter comunicare con un pubblico eterogeneo e, di conseguenza, vendere le proprie opere con una certa facilità.

Il secondo motivo per cui non abbiamo la sensazione che la nostra analisi e le nostre proposte siano lontane dalla realtà è rappresen-

tato dalla storia stessa. La storia ci insegna che le strutture di potere e le configurazioni del mercato cambiano costantemente. Perché non potrebbe accadere lo stesso per l'argomento di questo studio? Il terzo motivo alla base della nostra analisi è il cauto ottimismo ispirato dai possibili effetti della crisi finanziaria ed economica esplosa nel 2008. È stato questo l'anno in cui il fallimento del neoliberalismo si è mostrato in tutta la sua crudeltà. Se ciò ha avuto una funzione, è stata proprio quella di chiarire come i mercati (compresi quelli culturali) debbano essere regolati ex novo, tenendo conto di una serie ben più vasta di interessi sociali, ecologici, culturali, socio-economici e macro-economici.

L'ultimo motivo è semplicemente la necessità di agire, e a spingerci è il nostro dovere di studiosi. Il vecchio paradigma del diritto d'autore sta subendo un lento processo di erosione; la nostra sfida è pertanto la ricerca di un meccanismo che sostituisca il copyright e, di conseguenza, la condizione di predominio sui mercati culturali. Qual è il sistema più efficace per servire gli interessi di un vasto numero di artisti e di un pubblico dominato da creatività e conoscenza? Di fronte a un compito di tale portata, è implicito l'invito ai colleghi di tutto il mondo a collaborare e riflettere su quale potrebbe rivelarsi la strada giusta da intraprendere nel XXI secolo. C'è ancora parecchio lavoro da fare, ad esempio il calcolo dei modelli che presentiamo nel quarto capitolo, e speriamo che future ricerche possano contare su mezzi più cospicui di quelli a nostra disposizione. In fin dei conti si tratta di strutturare in modo completamente diverso i vari segmenti del mercato culturale che caratterizza la nostra società, e che a livello mondiale rappresentano un giro d'affari miliardario.

Siamo onorati dal fatto che alcuni dei nostri colleghi e amici (accademici) si siano mostrati disposti a condividere con noi alcune osservazioni critiche, a volte scettiche, e nonostante ciò ci abbiano incoraggiato a continuare. Citiamo i nomi di Kiki Amsberg, Maarten Asscher, Steven Brakman, Jan Brinkhof, Jaap van Beusekom, Eelco Ferwerda, Paul de Grauwe, Pursey Heugens, Dragan Klaić, Arjo Klamer, Rick van der Ploeg, Helle Posdam, Kees Ryninks, Ruth Towse, David Vaver, Annelys De Vet, Frans Westra, Nachoem Wijnberg, i membri del gruppo di ricerca CopySouth guidato da Alan Story e i partecipanti dell'AHRC Copyright Research Network presso la Birkbeck School of Law della London University, presieduto da Fiona Macmillan. Un ringraziamento speciale va a Rustom Bharucha, Nirav Christophe, Christophe Germann, Willem Grosheide, Jaap Klazema, Geert Lovink, Kees de Vey Mestdagh e Karel van Wolferen, che hanno letto l'intero manoscritto e aggiustato il corso delle nostre riflessioni. Joost Smiers è stato invitato in molte università e a varie conferenze in tutto il mondo per parlare degli argomenti della nostra ricerca, offrendoci così un'occasione unica per perfezionare le nostre analisi e proposte in base alle reazioni riscontrate.

Siamo molto grati a tutti coloro che ci hanno aiutato a continuare la ricerca nella giusta direzione. Del resto, il nostro lavoro è paragonabile a un calcolato salto nel buio: se anche venissero realizzati gli interventi da noi proposti, l'evoluzione dei mercati rimarrebbe imprevedibile. Considerato il grado di incertezza, non c'è da meravigliarsi del fatto che alcuni commentatori non condividano le nostre analisi. Per questo siamo particolarmente grati di averne ricevuto, nonostante tutto, il sostegno sincero e i commenti critici.

Un ringraziamento particolare va a Giep Hagoort, da quasi venticinque anni collega di Joost Smiers nel gruppo di ricerca Arte ed Economia presso la Hogeschool voor de Kunsten di Utrecht. Il suo impegno instancabile è stato ed è tuttora quello di formare imprenditori che operino al confine tra arte ed economia. Non è dunque un caso che il concetto di imprenditore culturale occupi un ruolo di tale rilievo nel nostro saggio. Ma un aspetto va subito chiarito: questo imprenditore culturale – che si tratti di un artista, un produttore o un committente – deve essere in condizione di operare all'interno di un mercato in cui il terreno di gioco sia uguale per tutti: un level playing field. Raggiungere questo risultato è l'obiettivo del nostro studio.

CAPITOLO 1

ARGOMENTI CONTRO IL DIRITTO D'AUTORE

LA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Nel 1982 Jack Valenti, l'allora presidente della *Motion Picture Association of America*, dichiarò che “ai titolari di una proprietà creativa vanno concessi gli stessi diritti e la stessa tutela riservati ai titolari di qualsiasi altra forma di proprietà” (Lessig 2004: 117). Fino a quel momento l'opinione corrente era che la proprietà intellettuale fosse un diritto assai più limitato e non paragonabile ad altri. In questa sua dichiarazione Valenti formulò il criterio secondo cui il diritto d'autore avrebbe dovuto garantire a un individuo il possesso esclusivo (ad esempio, di un film o di una melodia) per sempre... meno un giorno.

Per l'eternità, meno un giorno? Stava forse scherzando? Forse, ma la sua era una dichiarazione provocatoria, almeno a quei tempi. Al giorno d'oggi invece quasi nessuno si meraviglia che il proprietario di brani musicali, immagini, film e testi scritti disponga di un potere enorme, praticamente illimitato, sulla relativa proprietà. In un quarto di secolo sono cambiate parecchie cose: è chiaro che ci siamo abituati alla privatizzazione di quella conoscenza e creatività che in realtà appartiene a tutti noi. Nel presente capitolo elenchiamo una

serie di argomenti atti a illustrare perché quest'assuefazione non sia affatto positiva.

Alcuni di questi argomenti sono radicati nei principi basilari del diritto d'autore stesso. La cosa evidente è che si tratta di un diritto di possesso. Di per sé non vi è nulla di male nel diritto alla proprietà, a condizione che sia integrato e limitato nell'ambito degli interessi di natura sociale, socio-economica, macro-economica, ecologica e culturale. Tali interessi devono lasciare sulle relazioni fra individui, rispetto a un bene o un valore, un'impronta forte almeno quanto quella del guadagno personale. Da un punto di vista culturale ci si può chiedere se sia giusto e necessario proteggere le creazioni degli artisti con la proprietà individuale. Per definizione nasce così un diritto d'uso esclusivo e monopolistico dell'opera e, di conseguenza, viene privatizzata una parte essenziale della nostra comunicazione, fatto che va a scapito della democrazia.

È esagerato definire il diritto d'autore una forma di censura? In linea di massima, no. Innanzitutto bisogna tener presente che ogni opera artistica attinge in modo considerevole da quanto altri hanno realizzato in un passato più o meno recente. Si può attingere da un pubblico dominio quasi infinito ed è dunque strano concedere a volte per una sola aggiunta (sebbene degna di sconfinata ammirazione) un titolo di proprietà sull'intera l'opera. Il diritto che ne scaturisce ha conseguenze profonde: nessuno, infatti, ad eccezione del proprietario, è autorizzato a utilizzare o modificare come meglio crede l'opera in questione. Ciò significa che una parte tutt'altro che insignificante del materiale con cui

noi, in quanto individui, possiamo comunicare rimane chiusa sotto chiave. In genere trarre ispirazione da un'opera esistente non è un problema; le difficoltà sorgono quando un elemento della nuova opera, anche se minimo, ricorda o potrebbe ricordare quella precedente.

Perché è una questione così importante? Le creazioni artistiche sono espressione di molte emozioni diverse, come il piacere e la tristezza. Viviamo circondati da musica, film, immagini di ogni tipo, rappresentazioni teatrali. Ciò che uno di noi trova stimolante può non piacere ad altri. Per questo nella nostra società l'ambito artistico-culturale non costituisce un territorio neutro; spesso è oggetto di scontro e divergenze d'opinione sull'idea di bello o brutto, su ciò che può e dev'essere espresso in modo più o meno pregnante, e su cosa fa scattare il buonumore o ci sorprende. I quesiti secondari sono: chi ha facoltà di decidere a quali prodotti artistici dobbiamo essere esposti in abbondanza, o solo a piccole dosi? In quale contesto? Secondo quali modalità di finanziamento? Con quali interessi in gioco? Domande importantissime, le cui risposte sono fondamentali per determinare il quadro artistico all'interno del quale si sviluppa la nostra identità. Ciò che vediamo, sentiamo e leggiamo (giacché si tratta di forme d'espressione forti) lascia tracce profonde nella nostra coscienza.

Proprio su questo terreno così delicato per la nostra esistenza individuale e collettiva viene applicato il diritto d'autore o, volendolo chiamare diversamente, il copyright. Come si è detto, si tratta di un diritto di proprietà. Il proprietario di un'espressione artistica è l'unico a poter decidere la funzio-

ne dell'opera, che non può dunque essere modificata da nessun altro. All'interno dell'opera stessa non c'è margine di smentita o di contraddizione. Né essa può essere situata in contesti che riteniamo più adatti. Il dialogo è escluso, in pratica ci viene tappata la bocca. La comunicazione diventa a senso unico ed è dominata da una sola parte, ossia il proprietario, che è l'unico autorizzato – tramite la rifinitura concreta del prodotto artistico – ad assegnargli un certo significato. Gli altri artisti non possono far nulla, e neppure noi in quanto cittadini. L'unica cosa che ci è concessa, per modo di dire ma anche di fatto, è la fruizione dell'opera in questione, e formarci un'opinione al riguardo. Troppo poco per una società democratica.

Per tale ragione Rosemary Coombe ci ricorda che “conferire un significato, contestarlo e modificarlo è una dote umana essenziale”. Da qui la Coombe arriva a una considerazione fondamentale: “Se ciò corrisponde al vero, vuol dire che applicando in modo eccessivo e ampliando costantemente la tutela della proprietà intellettuale, finiamo per disumanizzarci. Il dialogo prevede una reciprocità di comunicazione e la possibilità di rispondere a un segno con altri segni scaturiti dal primo. Quale significato può ancora rivestire il dialogo se veniamo sommersi da messaggi a cui non possiamo rispondere? E da segni e immagini di cui non possiamo criticare le interpretazioni? E da connotazioni che non possiamo contestare?” (1998: 84,5).

Non crediamo che Rosemary Coombe, in base a quanto sappiamo del suo lavoro, possa spingersi al punto di definire il diritto di proprietà sul materiale artistico una forma di cen-

sura. Evidentemente diamo più peso di lei al fatto che moltissime forme di espressione siano ormai privatizzate: un monopolio che esclude gli altri.

Il paragone con la censura non ci allontana troppo dalla verità. All'origine del copyright vi sono i privilegi che la regina Maria I d'Inghilterra concesse nel 1557 alla corporazione degli stampatori-editori, gli *Stationers*. I membri di questa corporazione avevano un forte interesse a conquistare una posizione di monopolio sulla stampa dei libri, escludendo i potenziali concorrenti nella provincia e oltre confine, in Scozia. Ciò è paragonabile al monopolio della proprietà di cui abbiamo appena parlato. Anche la regina Maria aveva il proprio interesse da salvaguardare, ovvero impedire la diffusione di idee eretiche o che ne mettessero in discussione la legittimità. L'accordo fra la regina e gli *Stationers* portò al connubio di questi due interessi (Drahoš 2002: 30).

ORIGINALITÀ E DIVISMO

Nel diritto d'autore esiste poi un altro elemento formale che toglie esplicitamente al non-proprietario la possibilità di modificare o elaborare in qualunque modo la creazione, cioè il cosiddetto diritto morale che deriva agli artisti dalle proprie opere. Alla base di ciò vi è l'idea che gli artisti producano un qualcosa di assolutamente unico, originale e autentico. Non è dunque più che ragionevole il desiderio di essere gli unici a seguire il percorso successivo dell'opera, a determinarne i modi di rappresentazione, a decidere se sia possibile modificarla e quale sia il contesto più adatto per met-

terla in risalto? L'integrità di un'opera non va forse tutelata? Sono tutte questioni legittime, il cui punto fondamentale è: quale rispetto va riconosciuto alle creazioni altrui?

La domanda che viene subito da porsi è se per acquisire rispetto si renda necessario che l'opera sia proprietà esclusiva e monopolistica di chi l'ha creata. Nella maggior parte delle culture, la proprietà non è mai stata una condizione imprescindibile per apprezzare un'opera. In molti casi il fatto che un'opera venga riprodotta o imitata è considerato addirittura un grande onore. Dev'esserci dunque un motivo se, da qualche secolo a questa parte, nella cultura occidentale l'originalità e l'esclusività siano diventate un binomio così inscindibile. Ci si può riferire allo sviluppo dell'idea stessa di individuo, che ha rappresentato un profondo cambiamento nella concezione che gli esseri umani avevano di se stessi. Da quel momento l'individuo si è allontanato dai contesti sociali, e ciò che produceva era visto come una prestazione speciale, soprattutto se l'opera rappresentava la massima espressione dell'umana capacità. È così che l'arte e gli artisti hanno iniziato ad assumere proporzioni quasi mitiche.

Su questo terreno è comprensibile che si sia fatta strada l'idea di un diritto morale. Ma si tratta forse di una conseguenza ovvia? La risposta è no. Abbiamo già illustrato quanto sia nociva l'intoccabilità delle opere artistiche per la comunicazione democratica. Oltretutto la realtà è che ogni opera va vista come sviluppo costante di ciò che artisti e pubblico, insieme, vanno creando, realizzando, producendo onde contribuire così all'opera stessa. Concedere perciò a un singolo artista il controllo esclusivo della propria opera appare davvero eccessivo.

Negli anni '30 del secolo scorso, il filosofo tedesco Walter Benjamin riteneva che, in seguito alla maggiore diffusione delle tecniche di riproduzione, sarebbe diminuita l'aura che circondava l'opera artistica. Nulla di più falso. Al contrario, il divismo e quell'ipotesi di genialità, unicità e autenticità sono cresciute a dismisura. Proprio le industrie che producono, riproducono e distribuiscono su vasta scala le opere d'arte, hanno la forte necessità – a scopo di marketing – di elevare ad altezze vertiginose l'aura degli artisti che hanno sotto contratto, oltre che delle loro produzioni. Non puntano ad altro che controllare l'opera in questione e l'intero contesto in cui questa viene letta, ascoltata e vista. Il diritto morale è lo strumento più adatto a tale scopo, poiché rende intoccabili le celebrità sfornate dall'industria.

Vi sono quindi due motivi per essere insoddisfatti del diritto morale accampato su un'opera artistica. In primo luogo, quest'ultima continua di fatto a evolversi secondo una linea continua e progressiva, rendendo contestabile la pretesa di un diritto di proprietà assoluto. Constatando poi come tale strumento venga utilizzato dalle multinazionali per esercitare un controllo totale e sostanziale sul funzionamento di un'opera all'interno della società, diventa molto difficile accettare con convinzione il principio del diritto morale. Ci rendiamo conto come ad alcuni artisti possa dare fastidio tale critica al diritto morale. Come anche l'idea che quest'ultimo in realtà non abbia ragione di esistere, o che addirittura – in mano alle industrie culturali – possa avere un effetto controproducente. In fondo è tale diritto a garantire l'esistenza di un sistema di grandi star, film di cassetta e best-sel-

ler editoriali. Al contempo gli stessi divi, la cui immagine viene tutelata dal diritto morale, sono in parte responsabili del fatto che a molti altri artisti venga negata l'attenzione del pubblico, proprio a causa di questa cultura del divismo. Ciò è quantomeno fonte di amarezza e può suscitare grande incertezza.

Se anche dovessimo decidere che il diritto morale – unitamente al diritto di sfruttamento di cui parleremo in seguito – non abbia motivo di esistere, rimarrebbe comunque da trovare risposta a una serie di quesiti. Il più ovvio è: ciò significa forse che gli artisti debbano accettare, sebbene a malincuore, che la loro opera venga liberamente adattata o modificata da altri? Esatto, proprio così. È ovvio che per alcuni si tratterebbe di uno shock culturale in piena regola, anche se forse non verrebbe percepito in questo modo nella maggior parte delle culture in cui il diritto d'autore, e quindi il diritto morale, non ha mai attecchito. Peraltro non abbiamo motivo di supporre che fiumi di persone si accaniranno su tutte le opere d'arte per farle o disfarle a piacimento. E comunque si svilupperebbe pur sempre il dibattito pubblico su quali interventi siano accettabili e quali invece facciano eccessiva violenza all'opera.

Potrebbe accadere che un artista ritrovi una propria opera in un contesto che susciti solo disgusto: di certo non era quella la sua intenzione. Mettiamo che l'opera venga utilizzata per uno scopo che l'artista rifiuta e detesta profondamente. In simili casi estremi, il copyright offriva un certo beneficio. Vista l'assenza di una specifica autorizzazione, il giudice poteva facilmente constatare la violazione del diritto d'auto-

re. Ma come comportarsi ora che, nella nostra concezione, il diritto d'autore è destinato a scomparire? Tra gli strumenti legali ve ne sono alcuni che a nostro avviso sono addirittura più adatti a tutelare la legittima pretesa di un artista che la sua opera non venga sfruttata per qualsivoglia utilizzo. Pensiamo alla calunnia, all'offesa e soprattutto agli usi illegittimi.

L'artista che ritenga illegittimo l'utilizzo della propria opera deve rivolgersi al giudice. Chiaramente in questo contesto occorre convincere il giudice, non si tratta più di un semplice automatismo. D'altro canto, ciò presenta anche un vantaggio: le sentenze verranno formulate sui casi specifici e nascerà sicuramente una giurisprudenza relativa a questo tipo di situazioni incresciose. L'altro vantaggio è ovviamente rappresentato dal fatto che l'intera opera artistica diverrebbe disponibile per essere modificata, adattata e situata in contesti diversi. Potrà cioè essere "remixata": un bene prezioso che, grazie all'abolizione del diritto morale, non potrà più essere intaccato.

È tuttavia necessario pensare oltre, in particolare a situazioni in cui, pur non potendosi parlare di usi illegittimi, l'artista ritenga di vitale importanza assicurare la fruizione dell'opera secondo la propria intenzione originaria. Con l'abolizione del diritto morale in teoria nessuno è più obbligato a tenerne conto. Ma perché non rispettare l'opera e chi l'ha creata? Nell'interazione sociale, il rispetto è un valore importante. Perché non tenerne conto? È certamente possibile farlo. Un artista che, ad esempio, modifichi in modo sostanziale un'opera altrui e la interpreti a modo proprio, ha di per

sé il diritto di farlo, ma in tal caso dovrà indicare che l'adattamento è una nuova opera basata su quella dell'autore o compositore originario. Ciò chiarirebbe così la diversa impostazione dell'opera prevista dall'artista originario. È importante saperlo anche dal punto di vista culturale, in modo da poter tracciare una sorta di genealogia dell'opera. Quali impronte ha lasciato nel terreno della nostra cultura?

Per evitare che nascano malintesi, ci dichiariamo completamente contrari al furto di un'opera d'arte. Va impedito che X possa apporre il proprio nome su un film, un libro o una composizione musicale che sia chiaramente opera di Y. Si tratterebbe di un furto bello e buono, di frode, di una falsa rappresentazione delle cose, e via dicendo. Quando si verifica una situazione del genere – e prima o poi accadrà – chi ha messo in atto la frode dovrà giustificarsi davanti al giudice, ed eventualmente incorrere in sanzioni pecuniarie. Per questo non è necessario il sistema del copyright.

Nella maggior parte delle opere d'arte, specie se digitalizzate, una modifica non cancella le tracce del lavoro originale, che può ancora essere visto, ascoltato o letto. Nel caso di un dipinto, la questione è diversa. Se qualcuno, ad esempio, ne ritocca un colore o ne taglia la tela con un coltello, il quadro non sarà mai più come prima. Forse un bravo restauratore potrebbe salvarlo in qualche modo, ma non possiamo esserne certi. A chi ritiene che un dipinto debba avere un aspetto diverso da quello attuale, non resta che una soluzione: rifarlo da capo per come lo immagina. Da un punto di vista culturale potrebbe rivelarsi un esperimento interessante, essendo comunque visibile l'opera a cui il nuovo dipinto

si contrappone. Sulle differenze fra l'uno e l'altro si potrà poi aprire il dibattito. E non è forse questo un valore importante per una società democratica?

È DAVVERO UN INCENTIVO?

Uno degli argomenti a cui spesso si ricorre per sottolineare l'estrema importanza del sistema del diritto d'autore è che genera proventi per gli artisti. Senza copyright non avremmo tutti quei film emozionanti, o le musiche e i romanzi a cui siamo tanto affezionati. Verrebbero a mancare gli incentivi per la realizzazione di tutte quelle opere. È soprattutto l'industria a sostenere questa tesi, ma anche tra gli artisti e parecchie delle loro organizzazioni è diffusa la convinzione che sarebbe disastroso se dovesse scomparire la fonte che ne garantisce i proventi.

Ma è davvero così? Esistono sufficienti motivi per supporre che per molti artisti il legame tra reddito e copyright sia piuttosto irrilevante. Mentre dobbiamo ammettere che un ristretto gruppo di nomi celebri, nonché l'industria in se stessa, ne traggono grande profitto. Per la maggior parte degli artisti, non rappresenta però una fonte di guadagno significativa (si veda, ad esempio, Boyle 1996: xiii; Drahos 2002: 15; Kretschmer 1999; Vaidhyanathan 2003: 5). Le analisi economiche rivelano che circa il dieci per cento del reddito generato dai diritti d'autore va al novanta per cento degli artisti e, viceversa, il novanta per cento delle entrate va al dieci per cento di loro. Martin Kretschmer e Friedemann Kawohl hanno concrete indicazioni per ritenere "che la maggior parte dei setto-

ri culturali sono caratterizzati da questi mercati in cui vige la legge del più forte" (2004: 44). Nella sua ricerca, Michael Perelman si scontra con il dato in base al quale "la maggior parte dei ricavi che le multinazionali passano ai lavoratori creativi arriva solo a una ristretta minoranza" (2002: 37). Anche il rapporto ufficiale Gowers sul diritto di proprietà intellettuale nei settori culturali, presentato in Gran Bretagna, non sfugge alla constatazione che "mediamente i musicisti ricevono una percentuale bassissima di royalty per gli album che incidono" (Gowers 2006: 51).

Questi dati non avallano certo la validità della tesi dell'incentivo. Moltissimi gruppi musicali producono senza la minima aspettativa che dalle royalty possano ricavare qualcosa di simile a un reddito. Ciò accade perfino in Inghilterra, il Paese dove, insieme agli Stati Uniti, vanno a finire i proventi generati dai diritti imposti nella maggior parte delle altre nazioni. Nel resto del mondo, rimane poco delle royalty applicate in sede nazionale, le quali non costituiscono perciò una fonte di reddito significativa per gli artisti che vivono e lavorano in quel determinato Paese. Restando nel settore musicale, per Ruth Towse la conclusione ineluttabile è "che il sistema del diritto d'autore genera più retorica che denaro per la maggior parte dei compositori e degli esecutori musicali" (2004: 64). I grandi nomi ricevono royalty altissime, mentre agli altri restano poche briciole (2004: 14,5). Le misere retribuzioni nel settore culturale vanno interpretate in una prospettiva più ampia, cioè la diffusa flessibilità del lavoro a cui si assiste nella nostra società. Il lavoro creativo è sempre stato caratterizzato da vari tipi di contratti

diversi e incerti. Perciò la vaghezza, l'assenza di sicurezze, un elevato rischio materiale, le precarie condizioni lavorative, la mancanza di strutture pensionistiche e quasi nessun trattamento economico di maternità, sono elementi che procedono di pari passo con tale flessibilità, pesando maggiormente nei settori culturali che in altre realtà lavorative (Rossiter 2006: 27). Per la stragrande maggioranza degli artisti, i proventi derivanti dal copyright sono esigui. Ciò nonostante, in ogni cultura costoro producono un flusso ininterrotto di creazioni artistiche che, appena possibile, presentano al pubblico. Pratica del resto necessaria, perché chi non viene visto non esiste. Oltretutto, per la maggior parte di loro la spinta a produrre è talmente forte da portarli ad accettare condizioni d'incertezza.

Se il copyright non appare molto rilevante per la maggior parte degli artisti, è più ovvio ipotizzare che l'industria coltivi tale strumento perché rappresenta una tutela dei propri investimenti. Per questo i termini di scadenza vengono estesi sempre più e si tende ad ampliare ulteriormente il raggio di tutela. Addirittura, per citare un esempio, sono ormai soggette alla sfera di applicazione del copyright aree di percezione soggettiva come il suono, il sapore e l'odore (Bollier 2005: 218).

Quando nel 2003 la Corte di Cassazione statunitense ha prolungato il termine di tutela fino a settant'anni dopo la morte dell'autore, "The New York Times" ha titolato: *Soon, copyright forever* (A breve, il copyright eterno). L'editoriale esprimeva preoccupazione "rispetto alla decisione della Corte di Cassazione che rende più vicina l'ipotesi secondo cui ci

troviamo all'inizio della fine del pubblico dominio e di fronte alla nascita di un diritto d'autore di durata infinita". L'articolo proseguiva con un appello accorato: "Il pubblico dominio è un esperimento fantastico, e non dobbiamo assolutamente lasciarlo morire" ("International Herald Tribune", di seguito indicato come IHT, 17 gennaio 2003).

Sulla base di un esempio, Ruth Towse illustra l'evoluzione della situazione. Nel 2006 Michael Jackson ha venduto alla Sony il catalogo dei Beatles per l'importo di un miliardo di dollari. "Perciò è di questo che si tratta: non occorre essere economisti per capire che il valore della proprietà aumenta se il copyright ha una maggiore durata nel tempo" (Towse 2006: 11). Le cifre di cui si parla sono tutt'altro che esigue: in un rapporto redatto per la IIPA (International Intellectual Property Alliance), ad esempio, si partiva dal presupposto che nel 2005 il valore complessivo delle industrie del copyright ammontasse a 1,38 trilioni di dollari, equivalente all'11,12% del prodotto nazionale complessivo degli Usa e a 11.325.700 posti di lavoro (Siwek 2007: 2). Se anche questi dati non dovessero rispecchiare esattamente la realtà – l'IIPA potrebbe avere interesse ad amplificare l'importanza del copyright – si tratta pur sempre di cifre impressionanti.

Tra coloro che invocano la tutela del diritto d'autore, spiccano l'industria della musica e i colossi cinematografici. Non va dimenticato che anche nel campo delle immagini appaiono nel firmamento alcune multinazionali che dominano fortemente il mercato. Bill Gates possiede, oltre a Microsoft, un'azienda chiamata Corbis che acquista immagini in tutto il mondo, le digitalizza e poi le offre sul mercato. Nel 2004

vantava già ottanta milioni di immagini. Anche Getty Images si dedica ad attività analoghe, utilizzando la rete iStockphoto per lo scambio di fotografie (Howe 2008: 7). Di fatto una parte considerevole del materiale visivo presente nel mondo finisce nelle mani di due imprese gigantesche.

Nel prossimo capitolo vedremo quanta fatica costa all'industria tenere in piedi il sistema del copyright. Perciò la tendenza è quella di abbandonare tale ambito legale, cercando rifugio in altri due approcci. Il primo prevede l'imposizione ai clienti di specifiche norme di utilizzo, basate sul diritto contrattuale. La seconda modalità, in costante crescita, è quella di poter ascoltare musica e fruire di altre opere artistiche senza troppe limitazioni, purché contornato dalla pubblicità, che rappresenta la vera fonte di reddito per l'industria culturale.

L'ACCORDO TRIPS

Uno dei problemi con cui dovevano confrontarsi i titolari di copyright, e di diritti di proprietà intellettuale in generale, era la difficoltà di imporre tali diritti in altri Paesi, laddove invece – grazie alla progressiva globalizzazione economica – ne avrebbero tratto grandi vantaggi. Era impossibile costringere altri Paesi a introdurre una legislazione in materia di copyright, né tantomeno ad applicarla e farla rispettare. Quale soluzione si è trovata, allora? Negli anni Ottanta, inizi Novanta, tra le industrie culturali è nato il desiderio di un accordo internazionale che vincolasse i diversi Paesi. In questo senso, si allineavano ad esempio alle industrie farmaceutiche e agricole in materia di brevetti e altre forme di pro-

prietà intellettuale. Il risultato è stato un trattato nell'ambito della neonata Organizzazione Mondiale del Commercio (nell'acronimo inglese WTO, World Trade Organization), ovvero l'accordo TRIPS (Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) che regola gli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio (Deere 2009). Nell'ambito di questo accordo, i diversi Paesi si impegnano a concordare reciprocamente il livello di tutela che desiderano offrire ai titolari di diritti di proprietà intellettuale, integrandolo nelle legislazioni nazionali. Fin qui, nulla di nuovo. Ma supponiamo che un Paese lasci invariate le proprie norme, mancando di introdurre un sistema di copyright e soprattutto senza adoperarsi per farlo rispettare. La novità dell'accordo TRIPS – e in generale del WTO per tutti gli altri accordi commerciali – è che se una nazione si comporta così può subire delle sanzioni.

Come funzionerebbe dunque un'eventualità del genere? Un Paese inoltra presso un foro competente, un cosiddetto *panel* del TRIPS, un reclamo sul comportamento lassista di un'altra nazione, a causa del quale certe aziende del primo Paese vedono (o potrebbero vedere) sfumare guadagni considerevoli generati dai diritti di proprietà intellettuale. Supponiamo che il Paese reclamante vinca. Gli viene così concesso il diritto di punire la nazione lassista, ad esempio aumentando a dismisura i dazi di esportazione o importazione per determinati prodotti. L'inedito potere assegnato al TRIPS, nonché al WTO, è che il prodotto scelto dal Paese vincitore della disputa non deve necessariamente essere legato all'effettivo conflitto commerciale da cui questo scaturisce. La

scelta può cadere su un qualsiasi prodotto, o una serie di prodotti, in grado di provocare gravi danni al Paese sanzionato. Il processo avviato dall'accordo TRIPS significa non solo che per la prima volta nella storia l'osservanza dei diritti di proprietà intellettuale diviene obbligatoria, ma comporta un'ulteriore trasformazione. In passato erano gli stessi artisti, insieme alle loro conoscenze e creatività utili alla società, il motivo per mantenere il sistema del copyright. Almeno era questa la convinzione diffusa in Europa, più che negli Stati Uniti. Con l'entrata in vigore del TRIPS, l'autore passa in secondo piano. Conoscenza, tecnologia e creatività sono diventati valori che hanno il commercio come principale ragione d'essere, il mondo intero come potenziale mercato, e a capo di tutto grandi multinazionali che servono ogni angolo del pianeta, sfruttando l'applicazione dei diritti di proprietà intellettuale.

Si può dunque affermare che il TRIPS si sia rivelato un gran successo, avendo contribuito a far sparire dall'orizzonte mentale della gente qualsiasi dubbio sulla giustizia del sistema di diritti di proprietà intellettuale. Per la stragrande maggioranza dei Paesi poveri o molto poveri, tuttavia, questo è un fatto tutt'altro che rassicurante. La maggior parte dei diritti, relativi sia al copyright che ai brevetti e ai marchi commerciali, sono nelle mani di imprese con sedi nei Paesi ricchi e la validità di molti di tali diritti si estende ancora per anni e anni. A ciò si aggiunge il fatto che i governi, dunque anche quelli dei Paesi poveri, sono obbligati ad aiutare in tutti i modi le imprese private del mondo ricco a far valere i propri diritti (Deere 2009: 67).

In tutta coscienza viene da chiedersi come potranno mai svilupparsi i Paesi poveri, se la materia prima necessaria – ad esempio, la conoscenza – non è liberamente disponibile, ma dev'essere acquistata (sempre ammesso che si abbiano i mezzi per farlo). Ovviamente è cinico constatare che nell'Ottocento i Paesi del Nord o dell'Occidente, comunque li si voglia chiamare, sono stati liberi di usare tutte le conoscenze disponibili nelle loro vicinanze, senz'alcuna limitazione imposta dai diritti di proprietà intellettuale.

Per questo Peter Drahos è convinto che il prezzo da pagare per l'estensione infinita dei diritti sia troppo alto. Nella sua percezione, il TRIPS non va visto indipendentemente da altre questioni urgenti a livello mondiale, quali “il sempre maggiore squilibrio di reddito fra Paesi sviluppati e in via di sviluppo, i guadagni smodati, il potere e l'influenza dei colossi industriali sui governi, la perdita della sovranità nazionale, la mondializzazione, le questioni morali sull'utilizzo e l'indirizzo futuro della biotecnologia, la carenza di cibo, la biodiversità (questi ultimi tre elementi direttamente collegati ai brevetti di piante, semi e geni), lo sviluppo sostenibile, il diritto all'autodeterminazione delle popolazioni indigene, l'accesso alle cure mediche e i diritti dei cittadini sui beni culturali” (2002: 16).

LA LOTTA ALLA PIRATERIA CONTRAPPOSTA A PRIORITÀ PIÙ IMPORTANTI

I tentativi di imporre il copyright in tutto il mondo vengono ostacolati non solo dalla poca volontà o dall'impotenza

dei governi dei Paesi in cui fino a poco tempo fa questo strumento era sconosciuto o quasi (Deere 2009), forse un ostacolo ancora più insormontabile è rappresentato da quella che viene definita pirateria, esercitata sia su vasta scala – a livello industriale – sia con scopi completamente diversi da chi a casa propria, in modo libero e tranquillo, scambia ad esempio musica con altre persone dalla parte opposta del pianeta. Come dobbiamo giudicare tale fenomeno?

Una delle conseguenze della globalizzazione degli ultimi decenni è quella di aver portato una dose consistente di commercio ai margini della legalità, com'è il caso della pirateria musicale o cinematografica. È lo stesso ambito che comprende il commercio di donne, bambini e organi umani, il traffico illegale di armi, il denaro sporco, la corruzione e i paradisi fiscali, la forza lavoro illegale, gli stupefacenti e quindi anche la pirateria della proprietà intellettuale. La filosofia delle riforme neoliberali degli anni Ottanta e Novanta del secolo scorso era rivolta alla creazione di economie aperte, in cui vi fossero meno ostacoli possibili al commercio e ai trasporti. Il peso della regolamentazione e del controllo da parte dello Stato doveva essere limitato al massimo.

Non ci si deve pertanto meravigliare se su questa scia siano fioriti i mercati neri e i commerci illegali. Un esempio: secondo una stima del Fondo Monetario Internazionale, nel mondo circolano dai 700 ai 1750 miliardi di euro di dubbia provenienza, fra banche, paradisi fiscali e mercati finanziari ("Le Monde," 23 maggio 2006). Chiaramente, chi nel 2008 è rimasto sorpreso dall'esplosione della crisi economica mondiale, fino ad allora non aveva prestato molta attenzione.

Una parte del denaro non controllato che si muove velocemente nel mondo è destinato a scopi terroristici (Napoleoni 2004).

Il quesito pressante è se questa massiccia evasione legale, incluso l'ambito della pirateria musicale e cinematografica, possa essere bloccata. Moisés Naím afferma realisticamente che mancano i mezzi a nostra disposizione; dobbiamo infatti stabilire delle priorità per quanto riguarda l'impiego degli apparati investigativi, giudiziari e penali. Naím formula due principi guida: innanzitutto, occorre ridurre fortemente il valore economico del commercio illegale. "Eliminando il valore economico di un'attività, diminuirà sensibilmente anche la voglia di commerciare e investire in quel determinato settore". Il secondo principio è la riduzione del danno sociale (2005: 252).

Nel definire un criterio di priorità, è chiaro che bisogna combattere innanzitutto il traffico illegale di donne, bambini e organi umani; attività che minano la civiltà di ogni società. Se lo Stato non ha più il controllo sull'uso della violenza, né il controllo dei flussi di denaro, a un certo punto non si può più parlare di società. Per quanto riguarda le sostanze stupefacenti, Moisés Naím si esprime con estrema chiarezza: vincere la guerra contro la droga è impossibile, e qual è il problema se non un uso eccessivo di sostanze stimolanti? Che lo Stato si pieghi "alla realtà economica ed entri direttamente nel settore. È una mossa audace, di certo sconsigliabile a chi intenda mantenere relazioni cordiali con i potenti di questo mondo. Ma se si è convinti di non aver nulla da perdere, perché no?" (op.cit.: 84).

Anche a proposito della pirateria – a livello industriale e individuale – Naím non è ottimista sulla possibilità di sconfiggerla. Non a causa della mancanza di motivazione da parte dei titolari di proprietà intellettuali, ma perché è innegabile che siano assai più motivati i commercianti illegali, i falsari e quanti scambiano materiale artistico su base individuale. È quindi fuor di dubbio che la lotta alla pirateria vada abbandonata in quanto strumento a tutela della proprietà intellettuale.

La sua conclusione è che la lotta al commercio di donne, bambini e organi umani, al traffico illegale di armi e al denaro sporco debba rivestire maggiore priorità (considerato anche il grado di difficoltà) rispetto all'insensata prosecuzione della crociata contro il traffico di sostanze stupefacenti e delle copie illegali. Di conseguenza la decriminalizzazione e la legalizzazione delle sostanze stupefacenti, nonché il libero scambio di materiale artistico, sono opzioni da prendere in esame, dal momento che ciò ridurrebbe in modo considerevole il valore per i trafficanti e il danno alla società (op.cit.: 252). Forse è superfluo aggiungere che, per le conoscenze e i prodotti artistici, i diritti di proprietà intellettuale creano più danni che incentivi nel generare reddito per molti artisti e nel garantire il mantenimento del pubblico dominio di conoscenza e creatività.

LE INDUSTRIE CREATIVE: IL REVIVAL DEL COPYRIGHT?

In passato, nel Regno Unito, durante il governo di Tony Blair, i diritti di proprietà intellettuale sono stati indissolu-

bilmente abbinati alla creatività, come se gli uni non potessero esistere senza l'altra. Lo si potrebbe definire un tentativo di revival del copyright che in ampie fasce della popolazione godeva di sempre minore rispetto, ammesso che avesse mai significato molto. Con l'affermarsi della digitalizzazione divenne impossibile porre un freno: la musica e, in seguito, i film venivano scambiati a volontà. Il pensiero dell'allora governo britannico dovette essere il seguente: facciamo capire che, trasformando in un'industria consistente la cultura di un Paese, di una regione o di una città, vi è la prospettiva di forti guadagni economici. Ma per poter realizzare tali guadagni è necessaria la stretta osservanza dei diritti di proprietà intellettuale. In ogni caso, per gli amministratori ciò avrebbe rappresentato un incentivo ad applicare una politica più severa a tutela del copyright.

Nel 1998 e nel 2001 una speciale *task force* del Ministero della Cultura, dei Media e dello Sport (DCMS) ha presentato i cosiddetti *Mapping Documents*, in cui si affermava che un importante obiettivo della politica culturale dovesse riguardare l'incremento del potenziale "creativo" delle attività culturali, al fine di trarne un valore commerciale maggiore. È stata quindi introdotta la categoria generica delle *Creative Industries*, che – in base alla definizione – doveva includere imprese "che affondano le radici nella creatività, nella capacità e nel talento individuali e che hanno la potenzialità di generare ricchezza e posti di lavoro attraverso la creazione e lo sfruttamento della proprietà intellettuale" (in Rossiter 2006: 103,4). Sull'onda di questa definizione si sono affermati concetti come *Creative Economies*, *Creative Cities* e *Creative Class*.

Un'evoluzione di cui rallegrarsi? Non esattamente. Il miraggio della ricchezza è offerto a condizione che vengano intraprese attività di natura creativa in grado di generare un reddito dalla proprietà intellettuale. Vale la pena di analizzare ulteriormente tale definizione in base ai diversi elementi che la compongono.

Il termine "creativo" non è a nostro parere una scelta felice. La si può applicare a tutte le attività umane e non propone dunque connotati distintivi. Ciò che è peggio, i termini usati non tengono più conto del valore della creazione artistica per la società (di questo abbiamo già parlato in precedenza). Una parola chiave all'interno della definizione è che dovrebbe trattarsi di industrie. Se è vero, allora parliamo solo di Hollywood, delle quattro maggiori multinazionali della musica e di alcune solide case editrici. Tutte le altre attività creative (noi preferiamo definirle culturali) vengono prodotte e distribuite da imprese di medie e spesso addirittura piccole dimensioni. L'obiettivo così posto – quello dell'industrializzazione – è impossibile da raggiungere.

Nella definizione viene sottolineato come le attività debbano aver origine nella creatività, nella capacità e nel talento individuali. Nelle pagine precedenti abbiamo già indicato come l'aspetto individuale rappresenti piuttosto una concezione romantica poco coincidente con la realtà. La creazione artistica e lo sviluppo della conoscenza vengono supportati da processi collettivi. Ma capiamo perché nella definizione venga citato l'aspetto individuale: i sostenitori delle "industrie creative" vogliono arrivare alla necessità di diffondere ampiamente il diritto d'autore e gli altri diritti di pro-

prietà intellettuale, tutti a orientamento individuale. Abbiamo già illustrato come il copyright offra un contributo minimo all'arricchimento della maggior parte degli artisti. Tuttavia la definizione suggerisce una cosa ben diversa: la terra promessa di Industrie, Città, Economie e Classi Creative si raggiunge solo accumulando proprietà intellettuali su vasta scala grazie a tali attività creative.

Ruth Towse ci consiglia di dare un'occhiata al sito del Ministero della Cultura, di una qualsiasi provincia o di un comune, "e si vedrà che il mondo ha improvvisamente scoperto il potere economico della creatività!". Non è chiaro cosa s'intenda per creatività, né in che modo possa essere promossa dalle politiche governative. "Uno degli aspetti più evidenti è che il diritto d'autore va rafforzato, nella convinzione incrollabile che ciò potrebbe servire alle persone creative come incentivo a produrre nuove opere, nuova arte figurativa, musica, letteratura e così via. Di contro, il potere della legislazione sul diritto d'autore risulta assai limitato nel ricompensare gli artisti e altri creativi". Viceversa, Ruth Towse sottolinea come il sistema sia estremamente generoso nei confronti dell'industria della cultura (2006: 1).

UNA SERIE DI MOTIVAZIONI

Vi sono troppe obiezioni al diritto d'autore per giustificarne l'esistenza. Alcune sono questioni di principio, altre si sono accumulate nel corso degli ultimi decenni. Fra queste riportiamo il mito delle industrie creative, dove si punta a far credere che una severa applicazione dei diritti di proprietà

intellettuale possa generare ricchezza. Anche la pirateria, ma soprattutto la vasta scala su cui viene praticata, è cosa recente. L'applicazione forzata, e le sanzioni in caso di mancato adempimento, dell'accordo TRIPS è un fenomeno nuovo. Di per sé il copyright e anche il diritto d'autore (in questo caso per fare giustizia alla diversa origine dei sistemi) erano legati fin dall'inizio all'interesse di tutelare gli investimenti, un fatto comprensibile. Negli ultimi decenni il sistema si è orientato sempre più verso la protezione degli investimenti, e qui si parla di investimenti ingenti che possono contare su una durata e un'estensione di tutela sempre maggiori. Il prezzo da pagare è che il pubblico dominio della conoscenza e della creatività artistica ne risulta sempre più privatizzato, minacciato.

In numerosi settori artistici (che, a costo di scendere nell'ovvio, per noi comprendono anche l'intrattenimento e il design), il diritto d'autore non ha risposto fin dall'inizio alle aspettative di fornire un reddito ragionevole a un gran numero di artisti. Ciò naturalmente non dipende solo dal diritto in sé, ma anche dalle relazioni di mercato. Negli ultimi anni, il dislivello fra il reddito dei grandi nomi e quello dell'artista medio è cresciuto a dismisura, più di quanto sia mai accaduto in passato.

Non è assurdo pensare che basterebbe cercare di porre rimedio ai vari mali, rimettendo il tutto in carreggiata. Ma la riuscita è tutt'altro che certa. Molti dei vizi sono inerenti al modo in cui la globalizzazione economica, come quella praticata in regime neoliberale, ha preso piede nella nostra società. Non ha senso operare in modo isolato se non si

affronta, ad esempio, il problema dello squilibrio del potere economico.

Questo ci porta alle obiezioni fondamentali contro il diritto d'autore, la proprietà, l'effetto della censura e il diritto morale. È ovvio che si possano stabilire criteri diversi. Molti trovano fortemente problematico il fatto che le espressioni artistiche siano proprietà di privati, che ne detengono il diritto d'uso esclusivo e monopolistico. La supposizione è quindi che questo "male" relativo debba essere accettato per un periodo limitato (e con ciò s'intende effettivamente limitato), per il "bene" di artisti e imprenditori che possono così monetizzare le proprie creazioni e rappresentazioni. Nel prossimo capitolo vedremo in che modo l'argomentazione al riguardo si sia ulteriormente sviluppata e quali le soluzioni suggerite.

Noi, al contrario, facciamo già fatica ad accettare l'idea che le espressioni umane, in forma artistica, vadano monopolizzate e privatizzate. Oltretutto riteniamo che questa barriera giuridica non sia affatto necessaria per garantire gli investimenti e il reddito degli artisti. A tale proposito nei capitoli 3 e 4 illustreremo alcune proposte che mirano alla totale riorganizzazione economica dei mercati culturali. Né troviamo allettante l'opzione di una tutela giuridica limitata nel tempo. Proprio al momento della pubblicazione o dell'esecuzione di un'opera dobbiamo avere il diritto di modificarla, quindi di reagire, di remixarla, e non solo dopo tanti anni, quando il diritto d'autore è ormai scaduto. Il dibattito democratico, anche con critiche taglienti a forme di espressione artistica, deve poter avere luogo nel qui e ora, e non quan-

do è ormai troppo tardi. Perciò nella nostra visione non c'è posto per il diritto morale, che sostituiamo, ad esempio, con l'utilizzo illecito nei casi in cui gli artisti ritengano di avere buone ragioni per affermare che le proprie opere figurano in contesti inaccettabili.

Ci sembra strano che, arrivati a questo punto della nostra argomentazione, possa già crearsi uno spartiacque. Per noi esistono una miriade di motivi per abbandonare il diritto d'autore. Tuttavia ci rendiamo conto che molti non sono disposti ad accantonare questo strumento, sebbene lo vedano con occhio critico. Non basterebbe cercare di aggiustarlo? È la domanda, comprensibile, che affronteremo nel capitolo successivo.

CAPITOLO 2

ALTERNATIVE CHE NON SODDISFANO

SCONFINATO E POCO DESIDERABILE

Ora che il copyright ha assunto dimensioni sconfinato e poco auspicabili, non c'è da stupirsi se la sua credibilità e legittimità vengano messe in discussione. Si va quindi alla ricerca delle alternative, che prenderemo in esame in questo capitolo. Di seguito riportiamo diversi approcci che mirano a dare un orientamento diverso al diritto d'autore. Il primo è quello degli studiosi e di alcuni attivisti che invocano un ritorno al passato. La loro tesi è che l'impostazione del copyright non è poi una cattiva idea, ma ormai è fuori controllo: basterebbe riportare tutto alla normalità, come si dice in questi casi. In secondo luogo c'è il desiderio delle società non occidentali di vedere tutelati il proprio patrimonio e le conoscenze tradizionali contro i "furfanti" dell'Occidente. Queste aspirano ad aggiungere una variante collettiva al carattere individuale dei diritti di proprietà intellettuale.

Il terzo approccio prende in considerazione le diverse forme di imposte che potrebbero sostituire o semplificare il sistema del copyright. Come riscuotere in modo più efficiente le percentuali dovute e arrivare a una ripartizione più equa dei ricavi? Sempre più spesso viene anche criticato il funziona-

mento delle organizzazioni che tutelano il diritto d'autore, la cui struttura si è fatta alquanto burocratica e dove vengono sprecate ingenti somme di denaro per spese amministrative sempre più elevate.

Una quarta alternativa per l'attuale diritto d'autore si apre in due direzioni completamente diverse, addirittura contrastanti. L'elemento comune è che entrambe le direzioni portano all'introduzione di regole basate sul diritto contrattuale, per cui l'attuale sistema del copyright viene messo in secondo piano o, addirittura, completamente bandito. Al potenziale utente di un'opera artistica viene presentato un contratto sulle modalità d'uso dell'opera in questione. L'introduzione del sistema di *digital rights management* dovrebbe essere lo strumento per imporre l'osservanza di tale contratto, queste almeno le intenzioni di base.

Ma quali sono le due diverse direzioni? La prima è espressa da Creative Commons, i cui sostenitori propongono un modo ottimale per mettere a disposizione del pubblico le opere artistiche. Per raggiungere quest'obiettivo, è stata sviluppata una serie di licenze d'uso integrate nell'opera, mentre la proprietà su di essa viene comunque stabilita dal diritto d'autore. Comunque la si voglia mettere, si tratta sempre di contratti. La seconda direzione è stata concepita dalle industrie culturali, imponendo al pubblico una serie di condizioni restrittive supportate da un rigido sistema di contratti e licenze.

È evidente come le idee sul diritto d'autore, grazie anche all'influsso della digitalizzazione, vadano imboccando una varietà di strade diverse. Le multinazionali della cultura non

vorrebbero altro che regolamentare, dominare e controllare in ogni minimo dettaglio l'utilizzo del materiale artistico. Altri, come gli esperti di copyright con una visione critica e i sostenitori di Creative Commons, vogliono l'esatto contrario: mitigare il sistema del diritto d'autore e assegnare nuovamente un ruolo significativo all'interesse pubblico.

Queste sono le alternative formulate e messe in pratica finora. Dopodiché ci sono i milioni di persone che si comportano come se il copyright non esistesse affatto: caricano e scaricano opere a loro piacimento. Con sommo dispiacere dell'industria che, sanzioni a parte, dedica grande energia a ricordare al pubblico l'importanza del copyright. Ma funziona? Non proprio. Sembra impossibile promuovere informazioni o propaganda in grado di risolvere la situazione (Litman 2001: 112-5).

RITORNO AL PASSATO

Le considerazioni critiche sul copyright tendono spesso a concludere che la sua portata si è ormai fatta troppo ampia. Il periodo di tutela dei diritti è eccessivamente lungo e il titolare ne trae troppi benefici. Un'altra lamentela è che il diritto dei cittadini al *fair use*, l'uso consentito, è del tutto compromesso. In teoria, i vari critici concordano con alcune o molte delle tesi illustrate nel capitolo precedente.

Eppure ciò non impedisce loro di credere che il sistema possa essere riportato alla normalità, e che sia applicabile anche al mondo digitale. Sarà anche vero che in questo caso la copia e la distribuzione di opere non costano quasi nulla, tuttavia

un'opera dev'essere creata e prodotta, va rivista da un redattore o un regista, e infine dev'essere proposta al mondo esterno. A ciò sono legati dei costi di cui, in un modo o nell'altro, bisogna quantomeno rientrare. Non c'è pericolo che, abolendo il diritto d'autore, editori o produttori senza scrupoli s'impadroniscano di un'opera artistica, lasciando a bocca asciutta l'autore o magari l'editore originale? Non si tratta forse di un sistema che offre tutela e stabilità tali da giustificare gli investimenti? (Vaidyanathan 2002: 92).

Come pensano questi critici di rimettere in carreggiata il diritto d'autore? Al riguardo sono state lanciate diverse proposte. Per prima cosa si pensa alla riduzione sostanziale della durata della tutela, proponendo, ad esempio, un periodo di vent'anni (Boyle 1996: 172), o di cinque, ma sempre prorogabili fino a un massimo di 75 anni (Brown 2003: 238); oppure, ancora, di 14 anni, con una sola possibilità di proroga ("The Economist", 30 giugno 2005). Questi dati sono basati su calcoli, ma naturalmente anche su una stima del periodo in cui l'autore deve poter trarre profitto dall'opera per ottenere un reddito ragionevole; lo stesso vale per i produttori che devono rientrare nelle spese. Le stime in merito sembrano alquanto discordanti.

Si aspira poi a ridare al principio del *fair use* il posto che merita. *Fair use* è un termine statunitense, ricalcato in Europa con le eccezioni e le restrizioni statutarie che tutelano l'interesse della società nel mantenere la conoscenza e la creatività come parte del proprio tessuto. In realtà, si tratta di conoscenze e creatività accumulate nel tempo, grazie agli sforzi compiuti all'interno di quella specifica società. L'eccezione

del *fair use* rende ad esempio possibile utilizzare frammenti di un'opera, o a volte l'opera intera, a fini didattici e scientifici. Scopo di tale principio è quello di sviluppare ulteriormente la conoscenza e la creatività, senza privatizzarle del tutto. Era questo l'equilibrio che in origine il diritto d'autore si proponeva di realizzare: creatori e produttori hanno l'interesse legittimo a ricavare degli introiti dal proprio lavoro, ma anche la società deve poter disporre in misura sufficiente della loro opera.

Un punto molto discusso negli ultimi anni riguarda il fatto che un gran numero di opere sono diventate "orfane". Cosa vuol dire? Significa che moltissimi libri, brani musicali, film e immagini rimangono ancora soggetti al diritto d'autore. Formalmente non sono ancora passati nel pubblico dominio. Al contempo però in moltissimi casi non esistono più proprietari che sfruttino commercialmente tali opere, o forse ignorano addirittura di essere in possesso di creazioni artistiche tuttora coperte dal copyright. Oggi che il diritto d'autore ha una scadenza assai lunga, centinaia di migliaia di opere vengono così sottratte al pubblico dominio, mentre nessuno può usarle liberamente senza commettere dei reati. Il più delle volte non c'è alcun interesse a sfruttare commercialmente queste opere, o a preservarne l'integrità artistica. Questo tipo di opere vengono definite "orfane". In altre parole, una parte considerevole del nostro patrimonio culturale è condannata a restare in lista d'attesa.

Si tratta di una questione a dir poco problematica. Cosa si può fare per porvi rimedio? Nel gennaio 2006 il Copyright Office statunitense ha pubblicato un rapporto che analizza

la portata del problema e descrive le possibili soluzioni. Il sistema illustrato nel rapporto è quello della responsabilità limitata. Ciò significa che quanti utilizzano le opere presumibilmente orfane commettono comunque una violazione del diritto d'autore, ma se hanno condotto una "ragionevole ricerca" non possono essere denunciati qualora in un secondo momento il proprietario dovesse avanzare delle rivendicazioni. In tal caso quest'ultimo ha diritto a ricevere un rimborso da parte di chi ha utilizzato l'opera.

Viene tuttavia da chiedersi: cosa s'intende per "ricerca ragionevole"? Sembra un'avventura rischiosa in più puntate, o almeno così ce la immaginiamo. Per prima cosa, va stabilito se un'opera è ancora soggetta a copyright. Già questo appare compito nient'affatto semplice, perché possono esistere diverse modalità di applicazione, e in molti casi i termini decorrono dalla morte dell'autore. Spesso è complicato, se non impossibile, rintracciare gli autori o altri aventi diritto. Quando un'opera non è più disponibile in commercio, è tutt'altro che facile riportare a galla le informazioni biografiche. Anche nel caso in cui si trovino dati relativi all'autore, all'editore o al distributore, spesso ciò non è sufficiente a identificare il titolare del copyright. L'autore potrebbe averne ceduto i diritti a terzi. Ancora, se è un'azienda il titolare del copyright, questo può essere caduto nel dimenticatoio. La cosiddetta ricerca ragionevole può diventare ancor più complessa qualora l'azienda fosse fallita o rilevata da altri. In quel caso, che fine hanno fatto i diritti d'autore? (Gowers 2006: 69-71).

Nel gennaio 2006 in Svezia un gruppo di cittadini, chiara-

mente scontenti dell'attuale evoluzione del copyright, ha fondato un nuovo partito politico, il *Piratpartiet*, ovvero il Partito dei Pirati. Non è riuscito a conquistare seggi nel parlamento svedese, ma alle elezioni ha comunque ottenuto alcune decine di migliaia di voti. Presentatosi poi alle elezioni per il rinnovo del Parlamento Europeo del giugno 2009, il *Piratpartiet* ha ottenuto il 7,1% dei voti svedesi, pari a oltre 200.000 voti, riuscendo a conquistare un seggio, sui 18 disponibili per la Svezia. L'analogo *Piratenpartei* si è presentato alle medesime elezioni in Germania, ottenendo lo 0,9% dell'elettorato tedesco e nessun seggio. Nelle elezioni federali tedesche del settembre 2009 il *Piratenpartei* ha più che raddoppiato i voti raggiungendo il 2,0% del totale, e risultando il primo Partito fra quelli che non hanno superato la soglia di sbarramento per il Bundestag.

Al contrario di quanto suggerisce il nome, il Partito non è particolarmente interessato all'abolizione del sistema di brevetti e copyright, proponendo piuttosto di "riportare il copyright alle proprie origini. Lo scambio di copie, o altre modalità di diffusione di un'opera o il suo utilizzo a fini non commerciali, non deve mai essere considerato una pratica illegale, perché tale *fair use* va a beneficio della società" (IHT, 5 giugno 2006).

Di colpo il *Piratpartiet* ha attirato molta attenzione facendo registrare un gran numero di adesioni quando, a ridosso delle elezioni nel giugno 2006, la polizia svedese ha bloccato Pirate Bay, sito svedese assai popolare per lo scambio di brani musicali, evento che ha avuto enorme risonanza a livello internazionale. Il programma televisivo svedese *Rapport* ha

suscitato un vespaio, affermando che il provvedimento contro Pirate Bay era la conseguenza della pressione esercitata direttamente dal governo statunitense sulle autorità svedesi, mentre il blocco era stato attuato dopo la decisione del Pubblico Ministero svedese secondo cui la causa contro Pirate Bay non aveva base giuridica sufficiente da giustificare un oscuramento. Il governo svedese ha immediatamente respinto ogni accusa (op.cit.).

Un argomento interessante sollevato dai critici è che i diversi Paesi non sono più liberi di strutturare il diritto d'autore a proprio piacimento. Sempre più spesso vengono costretti a implementare gli standard di base, come quelli definiti nel TRIPS, l'accordo della WTO sulla proprietà intellettuale relativa al commercio (Deere 2009). Ecco come Peter Drahos descrive il problema: "In passato le attuali nazioni sviluppate erano libere di strutturare le norme di proprietà intellettuale a seconda delle proprie necessità". Il regime imposto dalla WTO ha "sottratto la libertà di mettere a punto proprie normative sulla proprietà intellettuale" agli Stati nazionali (2005: 27).

Questa libertà d'implementazione è di grande importanza perché i vari Paesi, trovandosi in fasi diverse della propria evoluzione, dovrebbero avere lo spazio necessario per accedere a quelle fonti di conoscenza che restano indispensabili per il proprio sviluppo. Un tempo le nazioni avevano questa possibilità. Oggi invece il mondo ricco va abbandonando tale pratica e chiede ai Paesi in via di sviluppo di ottemperare a condizioni che rendono loro difficile, se non impossibile, proseguire sul cammino dello sviluppo. Nell'Ottocen-

to i Paesi occidentali hanno avuto la possibilità di svilupparsi sotto il profilo economico e tecnologico attingendo, ad esempio, a conoscenze liberamente disponibili. Oggigiorno le nazioni povere devono arrangiarsi senza questa libertà: la conoscenza attualmente è barricata, l'accesso è negato a quanti non possono permettersi di pagarla, sempre ammesso che abbiano prima ottenuto il permesso di utilizzarla e acquistarla.

Per tale ragione Peter Drahos propone la creazione di una convenzione mondiale sull'accesso alla conoscenza necessariamente basata sui diritti umani, "perché in questo caso, come per il regime che regola i diritti di proprietà intellettuale, gli effetti raggiungono una scala mondiale. L'ambito dei diritti umani è anche quello che maggiormente si avvicina a ciò di cui la comunità internazionale dispone come fonte collettiva di valori da utilizzare a mo' di linee guida relativamente all'accesso e alla proprietà della conoscenza... La bozza di accordo deve includere il fondamento per cui i governi in generale hanno l'obbligo, nell'ambito della legislazione sui diritti umani, di regolare la proprietà in modo da favorire i diritti e i valori fondamentali dei cittadini" (op.cit.: 16). Per usare termini più generali, "una convenzione sull'accesso alla conoscenza capace di offrire ai Paesi in via di sviluppo la possibilità di attuare una gestione concentrata che, nelle condizioni date, sia aperta e pertinente alle proprie necessità, al contrario dell'attuale forma gestionale che è sostanzialmente bloccata e irrilevante o dannosa rispetto a tali necessità" (op.cit: 23). Nella sua proposta Peter Drahos parla prevalentemente di accesso alla conoscenza, ma

è ovvio come le sue idee su una simile convenzione generale possano essere applicate anche alle espressioni culturali. Sia chiaro che attribuiamo un valore inestimabile al tentativo di ricondurre il diritto d'autore all'interno di una prospettiva universale, come rivendicazione fondamentale nel ventaglio troppo limitato delle opinioni critiche. È importante non ignorare la potenziale forza del sistema e introdurre nel dibattito pubblico la necessità di considerare con sguardo critico l'attuale stato delle cose, che rimane ingiustificabile: in fondo stiamo parlando di artisti e di pubblico dominio. Ciò nonostante, temiamo che tali posizioni critiche possano rivelarsi insufficienti rispetto alla situazione in cui ci troviamo oggi, all'inizio del XXI secolo. Sebbene le diverse proposte puntino a limitare nel tempo la durata del titolo di possesso, resta comunque la proprietà su un'espressione artistica. Nel capitolo precedente abbiamo sottolineato come si tratti di una posizione inaccettabile per la comunicazione sociale e la discussione critica. Nei capitoli successivi dimostreremo come una tale situazione esclusiva e monopolistica non sia affatto necessaria dal punto di vista economico. Anche se esercitato in parte, o solo al minimo, il diritto d'autore va comunque applicato. E non è chiaro come ciò possa avvenire senza pene e condanne. Fra l'altro, l'intervento della polizia non dovrebbe dare priorità a situazioni che intaccano e mettono a repentaglio i principi fondamentali della nostra società? La digitalizzazione ha creato confusione nel campo di gioco, sotto vari aspetti, e si fa fatica a immaginare come al suo interno possa ancora esservi spazio per un diritto di tutela come il copyright. Il punto di forza del diritto

to d'autore non è quello di fornire a un gran numero di artisti un reddito dignitoso. Perciò neppure quest'aspetto giustifica la necessità di augurare lunga vita a tale sistema. Eppure, come sottolineano molti studiosi, il diritto d'autore è citato tra i punti fondamentali in diverse dichiarazioni e trattati sui diritti umani. È più di un semplice strumento occasionale che può essere accantonato in qualsiasi momento, si tratta di un bene prezioso. In effetti è qualcosa su cui riflettere attentamente. La domanda riguarda soltanto il fatto se in quei documenti venga realmente citato il concetto di diritto d'autore. La risposta è semplice: no. L'articolo 27.2 della Dichiarazione Universale dei Diritti Umani del 1948, che dovrebbe includere il copyright tra i diritti umani, sancisce: "Ciascuno ha diritto alla tutela degli interessi morali e materiali derivanti da ogni produzione scientifica, letteraria e artistica della quale sia autore". L'articolo non fa alcuna menzione del diritto d'autore, né vi sono motivi che ne giustifichino un'interpretazione in tal senso. I diritti morali di un autore possono benissimo essere rispettati ad esempio adattando un'opera, o addirittura modificandola, in maniera rispettosa. Interpretare quest'articolo come un divieto presuppone davvero un grande sforzo di fantasia. Nel primo capitolo abbiamo anche visto come il sistema del diritto d'autore – che in Occidente esiste da oltre un secolo e mezzo – serva poco o nulla gli interessi materiali della maggior parte degli artisti, e vi è motivo sufficiente per chiedersi se, analogamente, possa tornare utile ai Paesi meno ricchi. È davvero una distorsione della realtà voler considerare l'articolo 27.2 come ulteriore legittimazione per l'esistenza del

diritto d'autore. Inoltre non è ovvio dedurre che l'articolo si riferisca esplicitamente al copyright. Le dichiarazioni e i trattati sui diritti umani sono mirati a stabilire dei principi di base e non a strumentalizzarli.

Infine, alcuni esperti vorrebbero avvalersi del diritto d'autore esclusivamente per tutelare gli interessi economici degli artisti. Propongono che a questi venga vietato di cedere i propri diritti a terzi, e che gli autori tengano unicamente per loro i propri diritti e relativi proventi, così da essere il meno possibile dipendenti da grandi imprese culturali. La domanda è se il sistema del copyright possa essere limitato in tal modo. L'unica risposta possibile è no, non si può. Il sistema non si presta a una simile restrizione. Si tratta infatti di un diritto di proprietà intellettuale e la proprietà è trasferibile per definizione. Quindi ogni proposta mirata a impedire la trasferibilità dei diritti è, implicitamente, una perorazione a porre fine al sistema dei diritti di proprietà intellettuale. In tal caso ci si verrebbe a trovare in un altro ambito giuridico, ma certamente non più in quello del diritto d'autore. Ciò si scontra con il desiderio di molti critici del copyright di arrivare piuttosto a una rivalutazione dell'attuale sistema, onde evidenziarne gli aspetti migliori.

PROPRIETÀ COLLETTIVA

La realtà è che molte opere d'arte vengono prodotte all'interno di una collettività, per cui il diritto d'autore a livello individuale non appare particolarmente calzante. Non è forse il momento di offrire una soluzione adeguata, affinché il

sistema collettivo possa applicarsi anche a situazioni del genere? Si pensi, a questo proposito, agli artisti contemporanei che uniscono le forze e organizzano in gruppo le proprie attività. Un altro esempio, più consistente dal punto di vista quantitativo, riguarda tutti gli artisti che vivono in varie società moderne non occidentali, e per i quali l'appropriazione individuale di creazioni e invenzioni è un concetto (culturalmente) sconosciuto. E infine, in terzo luogo, vi sono le culture dove la tradizione svolge tuttora un ruolo dominante. Sono queste tradizioni a indirizzare in modo sostanziale lo sviluppo della creatività e della conoscenza.

Ciò che questi artisti e queste culture hanno in comune è la quasi totale assenza dell'appropriazione individuale di un'opera artistica. In tali contesti, dunque, il diritto d'autore come lo conosciamo noi è fuori luogo. Non sarebbe forse il caso di trovare un'alternativa lungo queste direttive?

Non c'è bisogno di dilungarsi sul numero sempre maggiore di artisti moderni che lavorano in maniera collettiva, specie nei media digitali. Nella maggior parte dei casi, soprattutto per i non addetti ai lavori, è impossibile controllare chi ha fornito certi contributi a un'opera specifica. Nella cerchia ristretta del gruppo di artisti in questione, il nome di chi ha avuto l'influsso decisivo nella creazione di un'opera non è un segreto, e ciò contribuisce alla reputazione di tale artista. Sono sempre più numerosi gli artisti che non si curano affatto del diritto d'autore, né spingono per la creazione di una variante collettiva. Costoro danno vita a progetti, sia su commissione sia per proporli sul mercato, e una volta conclusa la vendita passano al progetto successivo, ricavando un reddito dal-

l'opera concreta così realizzata. Nel quarto capitolo esamineremo più nel dettaglio le nuove modalità commerciali che vanno prendendo piede nei diversi settori culturali.

Eppure è facile immaginare come gli artisti che operano in simili collettivi non siano contenti se qualcun altro dovesse rivendicare la proprietà dei loro lavori per poi metterli sotto copyright. Per simili situazioni si ricorre a strumenti che da una parte impediscono tali forme di appropriazione, e dall'altra consentono a terzi di utilizzarne l'opera, per esempio a fini non commerciali. A questo proposito possono rappresentare una soluzione le licenze Creative Commons, almeno finché continuerà a esistere il sistema del diritto d'autore. Il principio fondamentale di queste licenze è che non viene negato il copyright sull'opera (diritto che subentra automaticamente con la realizzazione dell'opera stessa). La successiva assegnazione di una licenza Creative Commons offre comunque agli altri la possibilità di utilizzare l'opera più o meno liberamente, a determinate condizioni.

Nonostante la tendenza a ricorrere al diritto d'autore in simili casi sia minore, l'esistenza stessa del sistema costringe a un confronto, per lo meno con una variante critica dello stesso. Perché è indubbio che l'appropriazione privata esiste, non lo si può negare, perciò è meglio partecipare al gioco ma a determinate condizioni.

Completamente diversa invece la sfida che il copyright si trova ad affrontare oggi nei Paesi non occidentali, generalmente poveri o anche molto poveri. Nel contesto della nostra analisi è importante tener presente come per la maggior par-

te di queste culture il fenomeno di appropriazione individuale delle espressioni artistiche sia sconosciuto o rivesta un'importanza secondaria. Tali culture si trovano di colpo a dover affrontare due realtà inattese. Da una parte agli artisti viene consentito di raggiungere mercati più vasti, grazie alla modernizzazione della società e alla relativa tecnologia. Produttori, case discografiche e altri intermediari offrono i propri servizi e, a volte, influiscono anche sul contenuto dell'opera. Pratica che porta in primo piano il diritto d'autore. D'altra parte, questi Paesi non hanno scelta: l'adesione alla WTO li obbliga a integrare le disposizioni dell'accordo **TRIPS** nelle legislazioni nazionali (Deere 2009). Il passaggio dall'assenza di copyright a un sistema perfettamente strutturato comporta trasformazioni enormi. D'un tratto un singolo artista può rivendicare come proprietà individuale un prodotto artistico che in passato apparteneva alla comunità e poteva essere utilizzato da tutti (magari in parte regolato e limitato da un certo livello di diritto comunitario), e che da quel momento in poi non potrà più essere utilizzato o modificato liberamente dagli altri. Vediamo così volatilizzarsi l'idea e la realtà di espressioni collettive a disposizione di tutti i membri della comunità.

Nel caso dei brevetti è più facile dimostrare che, ad esempio, la conoscenza locale sia stata espropriata e sia caduta in mano a privati, per lo più a scapito della popolazione locale. Ben più difficile è invece evidenziare come le culture locali subiscano profonde trasformazioni in seguito all'appropriazione privata di forme di espressione artistica. La logica apparente del diritto d'autore viene imposta ovunque con una forza

travolgente, cosa che non consente di reagire in maniera appropriata. Viene da porsi un quesito bizzarro: perché mai questi Paesi dovrebbero ormai introdurre un sistema inadeguato al XXI secolo? Non significa forse scegliere la via più lunga?

È bene tenere presente che all'inizio degli anni Novanta del secolo scorso i Paesi in via di sviluppo si sono opposti all'introduzione di un trattato sui diritti di proprietà intellettuale relativi al commercio. Una delle argomentazioni riguardava la stranezza dell'inclusione dei diritti di proprietà intellettuale nell'ambito della WTO, che in fin dei conti propugna accordi intesi per il libero commercio, mentre i diritti di proprietà intellettuale stabiliscono posizioni monopolistiche sulla conoscenza e la creatività. È una contraddizione. Anche il carattere uniforme dell'accordo TRIPS – e l'alto livello di tutela a cui obbliga – ha incontrato il disaccordo di questi Paesi. Tale trattato non farebbe altro che consolidare il monopolio sul possesso di conoscenza e idee da parte dell'imprenditoria delle nazioni ricche, rendendo così più profondo il divario tecnologico fra Nord e Sud. Il TRIPS favorirebbe ulteriormente anche il flusso di capitali dai Paesi in via di sviluppo verso quelli economicamente sviluppati (Deere 2009: 1).

Peter Drahos sottolinea come il colonialismo lasci la propria impronta nell'ampliamento di un sistema del copyright che opera nell'interesse degli stessi esportatori. Ogni successiva revisione del sistema del diritto d'autore ha comportato un apparato di criteri sempre più stringenti. Quando questi Paesi hanno rifiutato il proprio status coloniale, si sono trovati

di fronte a un sistema, riprendendo Drahos, “gestito da una combriccola del Vecchio Mondo, formata da ex potenze coloniali che perseguono i propri interessi economici” (2005: 9). Con il TRIPS, l'accordo della WTO sulle proprietà intellettuali relative al commercio, tale processo ha subito un'ulteriore accelerazione.

La terza situazione in cui il diritto d'autore si contrappone nettamente alle convenzioni collettive s'incontra nelle società in cui tradizione, conoscenza e folklore locali sono ancora aspetti vivi della cultura. Per esempio, laddove non esiste una separazione fra conoscenza e spiritualità, e dove tutti gli aspetti della vita, della natura e della terra fanno tuttora parte di un unico ambito. Nella maggior parte dei casi queste culture appartengono ai segmenti più poveri della popolazione nelle rispettive società. Queste genti si ritrovano calate in una situazione in cui la conoscenza e le tradizioni a loro sacre, nonché essenziali per la propria identità, vengono trafugate da imprese occidentali e blindate dai diritti di proprietà intellettuale. Ma bisogna considerare che società del genere non sono solo unite dal legame con gli antenati, spesso sono anche divise da violente lotte interne di potere per il territorio, le risorse naturali, la conoscenza, il controllo sociale e la rappresentazione culturale; conflitti che per la maggior parte sono provocati da antiche forme di colonialismo, oppressione politica e processi di modernizzazione. Qualunque sia il punto di vista, negli ultimi dieci anni si è evidenziato con sempre maggior chiarezza lo scarso rispetto nei confronti di queste culture e come esse siano state vittime di sfruttamento e furti veri e propri. Un'importante pie-

tra miliare è stata la Convenzione sulla Biodiversità del 1992, che ha riconosciuto il valore delle conoscenze tradizionali, rispetto alla protezione di specie, ecosistemi e paesaggi. Per tutelare tali valori, si è fatta strada l'idea di creare uno speciale regime di diritti di proprietà intellettuale, un sistema maggiormente adatto a proteggere la proprietà collettiva della conoscenza e della creatività. Se i diritti di proprietà intellettuale tutelano individui e aziende, perché non trasformare e modificare il sistema per quelle situazioni in cui non sia impossibile individuare un singolo proprietario?

Questo progetto non era (e tuttora non è) molto semplice da realizzare. A metà degli anni Novanta la questione è stata posta all'ordine del giorno dalla WIPO (World Intellectual Property Organization, l'Organizzazione mondiale per la proprietà intellettuale), che ha fondato un Comitato Intergovernativo per la proprietà intellettuale e le risorse genetiche, le conoscenze tradizionali e il folklore. Dopo lunghe trattative, nel 2005 è stata presentata una bozza di testo con finalità politiche e principi fondamentali sulla tutela delle espressioni culturali tradizionali e popolari. Le idee formulate in questo documento sono state poi abbandonate di fronte alle obiezioni di Stati Uniti e Canada.

Tuttavia, non sono solo le resistenze politiche a mandare continuamente a monte il progetto. È alquanto complesso giungere a un accordo sul contenuto di un trattato per la tutela dei diritti collettivi di proprietà intellettuale. A dire il vero, è quasi impossibile trasformare un trattato la cui finalità esplicita è quella di regolamentare l'appropriazione individuale in una struttura che ne tuteli i diritti collettivi. Il

copyright esige una singola fonte creativa facilmente identificabile, prevede una forma fissa, con diritti limitati nel tempo. Nelle culture in cui tutti gli aspetti della vita sono correlati fra loro è impossibile identificare tali elementi.

Fra l'altro, i membri di queste società rifiutano già la sola idea di un simile sistema, poiché le loro tradizioni e culture sono radicate in principi completamente diversi. In alcune culture vi sono aspetti che devono rimanere segreti, o che non possono essere segmentati, figuriamoci venduti. Viene dunque da chiedersi chi sia il portavoce di una tale comunità e chi dovrebbe difenderne gli interessi comuni, se si dovesse parlare di diritti collettivi. Chi decide qual è l'uso corretto e quando si oltrepassa un limite? Ciò porterebbe inevitabilmente a dei conflitti.

La durata teoricamente limitata del copyright rende complicato forgiare un diritto collettivo di proprietà intellettuale. Queste società rivendicano il fatto che le proprie conoscenze, le tradizioni e il folklore esistono ormai da secoli. Se ciò è vero, siffatti valori e oggetti materiali fanno già da tempo parte del pubblico dominio. Ovviamente tali società, rivendicando un sistema di diritti collettivi di proprietà intellettuale, non considerano tale pericolo. Conoscenza, tradizioni e folklore apparterranno loro fino alla fine dei tempi. Le idee e le attività che caratterizzano queste società sono parte integrante di una buona amministrazione di conoscenza, di espressioni artistiche e cultura, indissolubilmente legate al territorio e alla natura. Il diritto consuetudinario determina chi possa usare i diversi tipi di conoscenza e creatività artistica e quali siano i tempi, i luoghi specifici e gli obblighi

derivanti dall'uso di simili conoscenze e creatività artistiche. In aggiunta, un principio basilare dei diritti di proprietà intellettuale è la loro cedibilità. Le comunità in cui conoscenze tradizionali e folklore svolgono un ruolo importante inorridirebbero al pensiero che le loro preziose tradizioni possano essere messe in vendita. Sarebbe intollerabile. Per tutti questi motivi il tentativo nell'ambito della WIPO di trasformare il sistema di diritti di proprietà intellettuale in una struttura per la proprietà collettiva è destinato a fallire. Sono state presentate idee per conferire alle conoscenze tradizionali e al patrimonio culturale di queste società lo status di "patrimonio collettivo dell'umanità" o "bene pubblico mondiale". Non possiamo negare che in tali società esistano elementi di conoscenza condivisa, ma si tratta di attività comuni basate sulla reciprocità. Finché esisterà l'attuale sistema del diritto d'autore, sarà difficile convincere le comunità indigene e locali a donare al mondo il proprio patrimonio culturale e le proprie conoscenze tradizionali. Molte delle passate appropriazioni e l'uso delle loro conoscenze tradizionali da parte di terzi non erano certo ispirati a principi di reciprocità.

Nel capitolo precedente, abbiamo analizzato le azioni illecite e la responsabilità legale in sostituzione del diritto morale. Abbiamo raccomandato l'uso di questi strumenti per prevenire l'utilizzo di creazioni artistiche in contesti assolutamente incompatibili con i valori espressi dai relativi autori o artisti, valori essenziali per l'integrità di questi ultimi. Allo stesso modo, il ricorso all'azione illecita può funzionare anche per le comunità in cui tradizioni e folklore rivestono

ancora un ruolo importante. Al contempo ciò può creare una giurisprudenza – a livello nazionale e internazionale – fatta su misura per situazioni specifiche in cui una popolazione ritenga indebita l'appropriazione dei propri valori. Un criterio necessario è però quello di raccogliere fondi e cognizioni specifiche che consentano realisticamente a queste collettività di fare appello all'autorità giudiziaria competente.

RISCOSSIONE COLLETTIVA E FISCALIZZAZIONE

Una considerazione critica completamente diversa sul diritto d'autore è focalizzata sulle modalità di riscossione e suddivisione dei proventi generati da tale diritto. Ciò è fonte di comprensibile irritazione: chi fa uso di materiale artistico viene assillato da numerose istanze emergenti nella riscossione dei vari tipi di diritti, cosa che in ambito digitale sembra diventare ogni giorno più difficile. Anche la suddivisione delle cifre riscosse non soddisfa tutte le parti in causa. Calcolando il numero di volte in cui una determinata opera viene riprodotta o vista (e tali metodi di *sampling* sono spesso quasi inevitabili), in genere gli indici di popolarità appaiono esponenzialmente più favorevoli a quegli artisti la cui opera viene ascoltata o vista di frequente, rispetto a quanti riscuotono minore attenzione. Sorge quindi spontaneo il quesito: non è possibile trovare un sistema più semplice ed equo? Oltretutto, le organizzazioni per i diritti d'autore non si rendono molto popolari perché troppo spesso gli amministratori e i manager percepiscono stipendi e indennità spropositati, come ha evidenziato un rapporto francese del 2005

(“Le Monde,” 9 luglio 2005). D’altro canto un paese vantaggioso è che in Europa molte di queste organizzazioni versano parte dei proventi a fondi culturali, i quali svolgono talvolta un ruolo importante nel cofinanziare la vita artistica di un Paese. Tale prassi è basata sulla filosofia per cui il diritto d’autore deve trovare un equilibrio fra gli interessi privati dei titolari e la costante evoluzione della vita culturale in una determinata società.

Non si ha la certezza che questi fondi riescano a sopravvivere alla tempesta neoliberale della WTO, che in linea di principio proibisce che i fondi (semi)pubblici siano accessibili solo ai cittadini, ed eventualmente agli stranieri residenti, di un determinato Paese. Quest’approccio è basato sul principio del cosiddetto *National Treatment*, il cui presupposto è che i cittadini di altre nazioni debbano godere degli stessi diritti e privilegi dei cittadini di un determinato Paese. Il *National Treatment* è dunque una minaccia per tutti i sussidi, ma anche per l’esistenza dei fondi culturali delle organizzazioni per i diritti d’autore. Se tali sistemi devono spalancare le porte a tutti i cittadini del mondo, sarà impossibile gestire l’iniziativa (semi)pubblica nazionale e il supporto alla produzione, distribuzione e promozione delle diverse espressioni culturali.

Con l’avvento della digitalizzazione e lo scambio *peer-to-peer* di materiale artistico, le organizzazioni per i diritti d’autore (e con esse le multinazionali della cultura) si trovano di fronte a una sfida che finora non hanno saputo affrontare bene. La loro reazione primaria è stata, ed è tuttora, che i milioni di utenti “illegali” di materiale artistico

vadano puniti. Ma la cosa si è rivelata più difficile del previsto e neppure le multe salate hanno sortito alcun effetto deterrente sulla pratica generalizzata del cosiddetto “download illegale”. Pochi giorni prima del Natale 2005, una ventata di realismo ha portato alcuni senatori francesi a proporre la semplificazione del sistema di riscossione per il download. È stata proposta l’introduzione di una licenza generale, per cui tutti avrebbero dovuto pagare pochi euro in cambio della possibilità di scaricare quantità illimitate di musica o film. A ragione, i senatori erano convinti che ciò avrebbe ridotto considerevolmente la mole di download illegale. Chi non sarebbe disposto a pagare una modica cifra in tal caso? Ciò avrebbe posto fine alla criminalizzazione di cittadini innocenti, permettendo al sistema del diritto d’autore di sopravvivere al ciclone digitale.

Sebbene la proposta fosse stata approvata dal Senato francese, nella notte del 21 dicembre 2005 le stelle non si sono rivelate favorevoli a questa coraggiosa iniziativa. La maggior parte delle organizzazioni francesi per i diritti d’autore – e sono numerose, una per ogni imposta – reagirono furibonde e rifiutarono la proposta, con il sostegno delle multinazionali della cultura guidate dalla Vivendi, con base in Francia, temendo che ciò avrebbe danneggiato i detentori dei copyright. Fecero così forti pressioni sullo Stato francese affinché continuasse a penalizzare gli utenti illegali, cosa che – come abbiamo visto nel primo capitolo – rappresenta un peso enorme per l’apparato investigativo delle attività criminali. Di fatto costoro contavano sull’appoggio dei politici più importanti: entrambi i candidati alla presidenza france-

se, nella primavera 2007, si erano impegnati con un giuramento solenne a combattere la pirateria.

Ma torniamo al marzo 2006: in un secondo scrutinio, il Parlamento francese aveva bocciato la proposta di una licenza generale, sostituendola con una pena pecuniaria di 38 euro per ogni download illegale e altri 150 euro per la distribuzione illegale, importi che sommati possono generare cifre ingenti. Eppure questa correzione sostanziale non piacque affatto alle grandi imprese culturali e alle organizzazioni per i diritti d'autore. Sostennero che le multe fossero troppo esigue, per cui sarebbe stato difficile rintracciare le opere scaricate illegalmente. E rimasero convinte che le sanzioni applicate non avrebbero scoraggiato tale pratica.

Nel luglio 2006 il sogno di un atteggiamento più blando nei confronti del download si infranse del tutto quando la Corte Costituzionale francese dichiarò incostituzionale la riduzione delle pene per lo scambio illegale di materiale artistico. La decisione vanificò il tentativo del ministro francese della Cultura, Renaud Donnedieu de Fabre, di trovare una risposta allo scambio massiccio di file audio e video. Per l'occasione la Corte si era basata sui diritti di proprietà come formulati nella Dichiarazione francese dei Diritti Umani del 1789. Secondo tale interpretazione, la proprietà è un diritto quasi assoluto, valido per un'abitazione come per un brano musicale. A quanto pare i giudici della Corte Costituzionale francese vivevano ancora nel 1789, e viene comunque da chiedersi se all'epoca avessero compreso quanto veniva stabilito. Infatti, il rapporto fra individui rispetto a un oggetto, a un determinato valore o a una forma espressiva – per-

ché è questa l'essenza della proprietà – in uno specifico momento storico, è il risultato della relativa lotta sociale (Nuss 2006: 217, 223-7; Rose 1993: 8). È un mistero come in Francia non vi siano state dimostrazioni di massa contro l'interpretazione anti-storica del concetto di proprietà da parte della Corte Costituzionale.

Comunque sia, rigettando la proposta di pene pecuniarie relativamente contenute, la Corte equiparò i comuni individui che scambiano brani musicali ai falsari di professione (IHT, 29/30 luglio 2006). È nostra impressione che in tal modo la Francia abbia perso l'occasione di fungere da esempio. Solo un extraterrestre potrebbe negare che l'attuale sistema di diritti d'autore e i vari tipi di riscossione siano come minimo irritanti. In questo modo un Paese come la Francia – ma ciò vale indistintamente per molte altre nazioni – è tornato al punto di partenza: la penalizzazione degli utenti illegali, compito assai arduo che rende le etichette discografiche, un esempio tra tutti, poco popolari fra la clientela.

Dal momento che la criminalizzazione pone così tanti problemi, dovremmo cercare soluzioni alternative. E si pone allora la domanda: si può forse prevedere la circostanza in cui i "trasgressori" vengano colti con le mani nel sacco e possano essere puniti con severità? La risposta è sì, quella circostanza esiste, ed è rappresentata dal fornitore d'accesso a Internet. L'idea è quella di assegnare a un'impresa, per conto dello Stato, il compito di constatare che una persona abbia violato la legge caricando o scaricando musica o film senza pagare. In seguito il fornitore d'accesso è responsabile per l'interruzione temporanea dei servizi ai danni dei trasgresso-

ri, impedendo quindi loro di collegarsi a Internet. O almeno questo è il tenore della proposta di legge che all'inizio del 2009 è giunta all'esame del Senato e della Camera dei Deputati in Francia.

Si tratta di una proposta decisamente drastica, al punto da non essere accettabile per una serie di motivi. La privacy dell'utente viene gravemente violata. È altresì impossibile, ad esempio, affermare con certezza che il computer da cui viene constatata la trasgressione sia stato effettivamente utilizzato dalla persona registrata come suo proprietario. Appare assai probabile che anche questa ricerca di un sistema impositivo facile da gestire, e in grado di contare su una vasta approvazione sociale, non possa avere un'evoluzione promettente.

Una semplificazione del sistema del copyright potrebbe anche essere rappresentata dall'ingiunzione di un'imposta "una tantum" (a differenza della licenza generale di cui abbiamo parlato in precedenza e mai attuata in Francia), una sorta di tassa su brani musicali, film, libri o immagini. Questa è l'idea, e la speranza. Anche così si tratterebbe di individuare il momento adatto per imporre la tassa in un'unica soluzione. Il vantaggio è che tutte le forme d'imposizione diverrebbero poi superflue, cosa che risolverebbe una volta per tutte l'inutile lotta fra le grandi etichette discografiche e le organizzazioni per i diritti d'autore da una parte, e quanti ricorrono agli scambi *peer-to-peer* dall'altra (Fisher 2004: 199-258).

Eppure un simile approccio non sembra offrire il beneficio sperato su tutta la linea, pur trovando applicazione in alcu-

ne parti del mondo, ad esempio con una percentuale sulle cassette vergini. Ma per il resto rimangono ancora moltissimi quesiti: su quale tipo di apparecchio va applicata l'imposta? Chi s'incarica di applicarla? Perché dovrebbero pagarla anche quanti non hanno intenzione di scaricare musica o film, ad esempio? Qual è la cifra da richiedere per corrispondere quale importo a quanti artisti e titolari di diritti, per le loro prestazioni artistiche? Come valutare chi, e in base a quale volume d'acquisto, debba ricevere quanto? È l'artista, il produttore o l'azienda a possederne i diritti? Quale l'organismo che dovrà occuparsi di ripartire i proventi e fino a che punto è affidabile?

Con tutte queste domande, e il relativo braccio di ferro sulle risposte da dare, l'ipotesi dell'imposta unica sembra arenarsi ancor prima di decollare. Un'ulteriore opzione fiscale potrebbe essere quella di tassare le aziende che in un qualche modo utilizzano materiale artistico per concretizzare le proprie finalità commerciali (lo fanno quasi tutte) in ragione di una piccola percentuale del fatturato. I proventi verranno poi depositati in un apposito fondo atto a finanziare futuri progetti artistici (Smiers 2003: 214,5). Anche questa soluzione, caratterizzata dal fascino della semplicità, presenta i suoi svantaggi. Perché i privati non dovrebbero pagare per il consumo di intrattenimento? Ancora più difficile da accettare è la perdita del legame tra la prestazione fornita da un artista e il proprio reddito.

Tutto considerato, la fiscalizzazione presenta una serie di problemi. È arduo arrivare a un accordo su dove applicare la tassa, su quale cifra richiedere e a chi vada corrisposta. Il rap-

porto fra una prestazione artistica concreta e il pagamento è a dir poco vago. Riguardo le imposte basate sul diritto d'autore e la ripartizione dei ricavi, dobbiamo dunque concludere che l'uovo di Colombo debba ancora essere scoperto. E anzi, forse non verrà mai covato abbastanza da schiudersi.

RESTRIZIONI OPPURE CREATIVE COMMONS?

Come detto in precedenza, esiste un altro approccio che potrebbe far riconsiderare il sistema del copyright, regolamentando cioè il rapporto fra titolare e utente tramite un contratto. È quanto fa Creative Commons. L'opera ricade sotto il comune copyright, ma su questa viene poi applicata una licenza specifica che sancisce in quale misura un individuo possa utilizzarla più o meno liberamente.

In alternativa, si può ricorrere al medesimo meccanismo per imporre invece parecchie condizioni restrittive per l'uso, ed è questo l'obiettivo a cui aspirano le industrie culturali. Per imporre efficacemente un contratto, o almeno questa è la speranza, l'utilizzo viene rigorosamente regolamentato tramite il cosiddetto *digital rights management* (DRM), definito anche *digital restrictions management* soprattutto dai suoi oppositori (IHT, 15 gennaio 2007). Di fatto così l'industria abbandona l'ambito del diritto d'autore, il cui scopo in realtà era quello di creare un equilibrio tra gli interessi legittimi degli artisti e dei produttori da un lato, e dall'altro gli interessi della società rispetto alle conoscenze e alla creatività sviluppate al suo interno, in passato e nel presente. Tale contratto non tiene invece conto di quest'aspetto: la scelta è tra prendere o lasciare.

È divenuto però quasi inutile chiedersi se il DRM sarà davvero il successo decisivo che si sperava. I sistemi sperimentati sono stati disattivati facilmente o hanno causato, ad esempio, danni irreparabili ai lettori DVD. Quest'aspetto non contribuisce certo alla popolarità dell'industria culturale, del resto già poco amata poiché considerata la polizia del settore dell'intrattenimento. Nel frattempo è lecito chiedersi, come fa Tyler Cowen, se "tutta questa guerra al file-sharing di brani musicali e film non sia un provvedimento tardivo. Le nuove tecnologie fanno uso di un software che scandaglia le stazioni radio via satellite e riconosce la canzone desiderata. Il software ne fa quindi una copia per l'ascoltatore, cosa assolutamente legale. Tramite la semplice attivazione del software, nel giro di pochi mesi un individuo può ricevere tutte le canzoni che vuole" (2006: 105).

Le restrizioni nella distribuzione di musica, film, libri o immagini incontrano anche un altro problema: il produttore o titolare dei diritti e il distributore formano una sorta di cartello in cui non sono ammesse terze parti sul mercato. In altre parole, i sistemi non sono interoperabili. L'esempio classico di come ciò sia in palese contrasto con la legislazione sulla libera concorrenza è l'iPod della Apple, su cui si può ascoltare solo musica scaricata con il software iTunes, anch'esso di proprietà della Apple. In diversi Paesi europei vi sono stati tentativi di intervenire contro la formazione di questo cartello, ma senza successi tangibili.

Ora che le industrie hanno sempre maggior difficoltà nel far pagare l'utilizzo della proprietà intellettuale nell'ambito digitale (forse con l'unica eccezione della Apple, almeno per

ora), si assiste alla crescita delle inserzioni pubblicitarie nei messaggi presenti su MySpace, YouTube e siti analoghi. Ma è probabile che la disputa sulla ripartizione dei proventi pubblicitari tra le etichette discografiche e siti quali MySpace e YouTube non venga mai risolta.

Il quesito successivo è ovviamente quanti messaggi pubblicitari sia disposto a tollerare chi visita quei siti. Esiste un punto di saturazione? E quante inserzioni e quanti inserzionisti esistono sul mercato per finanziare e rendere redditizie tutte quelle centinaia di siti? È difficile prevedere quale effetto avrà la crisi economica mondiale del 2008 sulla necessità delle aziende di farsi pubblicità e sul relativo budget.

Nell'ipotesi che la crisi economica si trasformi davvero in recessione, per quanto tempo si potrà ancora continuare con le inserzioni? Forse inizialmente se ne farà più di prima, ma poi? Ciò potrebbe avere da subito conseguenze di vasta portata per siti creati allo scopo di generare profitto tramite le inserzioni a pagamento. Forse molti saranno costretti a chiudere i battenti digitali? Né è improbabile che i media tradizionali, come quotidiani, radio e televisione, vedranno sfumare ulteriormente i sempre più ridotti budget pubblicitari, utilizzati piuttosto per invogliare gli utenti di siti digitali all'acquisto di prodotti e servizi. Nel frattempo si è capita una cosa: con l'abbandono della pubblicità come fonte di finanziamento, va restringendosi anche l'ambito del copyright.

Sotto il profilo ideologico, Creative Commons propone un'impostazione completamente diversa rispetto agli scopi delle industrie culturali. Qual è l'obiettivo che si pone? L'i-

dea trainante è che l'opera di A dev'essere disponibile all'uso da parte di B, senza ostacoli derivanti dal diritto d'autore. A sua volta, B non può appropriarsi dell'opera di A. Perché no? Creative Commons prevede che A conceda una licenza pubblica per l'utilizzo della propria opera: fanne l'uso che vuoi, a patto che l'opera non venga ricondotta nel regime della proprietà privata. Il prodotto artistico è quindi oggetto di una forma di diritto d'autore "vuoto", che rappresenta l'opzione di licenza più estrema a disposizione di un autore all'interno di Creative Commons. In genere, però, la scelta dell'autore cade sull'opzione "alcuni diritti riservati", che a ben vedere è una forma derivata dal diritto contrattuale.

L'aspetto interessante di procedure come quelle di Creative Commons è che consentono, entro certi limiti, di uscire dalla giungla del copyright. Il sistema è senza dubbio vantaggioso anche per musei e archivi che vogliano condividere con il pubblico le grandi raccolte di patrimonio culturale, evitando però a ogni costo che altri se ne appropriino di nascosto rivendicandone il copyright. Finché esisterà il sistema del diritto d'autore, Creative Commons rappresenterà una soluzione utile capace di fungere da esempio. Ma rimangono diverse cose che non funzionano.

Per prima cosa, Creative Commons non offre un quadro chiaro di come una grande varietà di artisti in tutto il mondo, oltre ai vari produttori e committenti, possa ottenere un reddito ragionevole. Questa è anche una delle obiezioni che muoviamo al libro di Yochai Benkler pubblicato nel 2006, *La ricchezza della rete. La produzione sociale trasforma il mer-*

cato e aumenta le libertà. Nel suo saggio, Benkler elimina il mercato sostituendolo con reti, produzioni fuori mercato, progetti collaborativi su vasta scala e produzioni *peer-to-peer* di informazioni, conoscenza e cultura (2006: 1-5). Geert Lovink è dell'opinione che Yochai Benkler dovrebbe piuttosto ribattezzare il libro *La povertà della rete*, "perché, almeno finora, su Internet non gira una grande ricchezza (misurata in valuta) da cui possano trarre profitto i singoli membri" (2008: 240). Anche Lawrence Lessig, nel suo libro del 2008 dal titolo *Remix* (che per altro è, appunto, un remix di sue pubblicazioni precedenti), non si preoccupa granché del reddito degli artisti. In effetti dobbiamo constatare che né Lessig, né Yochai Benkler, né Creative Commons sviluppano un modello economico per definire il modo in cui gli artisti possano assicurarsi degli introiti. Eppure è un quesito a cui va trovata urgentemente risposta.

Una seconda obiezione agli approcci del tipo di Creative Commons è che in essenza non mettono in discussione il sistema del diritto d'autore. Comunque la si voglia vedere, le licenze Creative Commons garantiscono all'autore una proprietà e una forma di controllo sull'opera. Per questo la scelta del nome Creative Commons è sbagliata, perché il sistema non crea un vero e proprio bene comune, bensì una proprietà che poi, per dirla in modo irriverente, viene presa alla leggera.

Una terza obiezione piuttosto sostanziale a Creative Commons è che si tratta di una specie di "coalizione di volenterosi". Le multinazionali della cultura, che esercitano il diritto di proprietà su grandi fette del nostro patrimonio cultu-

rale passato e presente, non ne entreranno a far parte. Ciò svaluta e limita l'interessante idea di Creative Commons. In definitiva, bisogna constatare che Creative Commons non offre una risposta adeguata alle obiezioni contro il diritto d'autore che abbiamo illustrato nel capitolo precedente. In particolare la proprietà del materiale artistico rappresentata per Creative Commons e il suo principale portavoce, Lawrence Lessig, una mucca sacra di cui non ci si può disfare. Quali conclusioni possiamo trarre da quanto illustrato in questo capitolo? I tentativi di adattare il diritto d'autore alle esigenze del XXI secolo non sembrano fornire una risposta adeguata ai problemi fondamentali e pratici da noi formulati nel primo capitolo. Forse ciò è un peccato, ma non la pensiamo così. Esiste infatti un mezzo migliore per garantire un reddito ragionevole a numerosissimi artisti e ai loro intermediari, impedendo al contempo la privatizzazione del pubblico dominio di creatività e conoscenze artistiche. Tale mezzo è rappresentato dal mercato, ma a una sola condizione: che questo non venga in alcun modo dominato da potentati di qualsiasi tipo. Non c'è posto né per il diritto d'autore, né per imprenditori culturali che vogliano dominare il mercato.

CAPITOLO 3

UN TERRENO DI GIOCO DALLE PARI OPPORTUNITÀ PER LA CULTURA

DAL DIRITTO ALL'ECONOMIA

Giunti a questo punto della nostra tesi, spostiamo l'attenzione dall'ambito giuridico a quello economico. Ci lasciamo infatti alle spalle il diritto d'autore e proviamo a scoprire se sia possibile creare un mercato in cui venga a mancare questa forma di tutela.

La prima domanda che sorge spontanea è cosa si voglia ottenere in un simile mercato culturale. Da quanto discusso nei capitoli precedenti, ecco le risposte più immediate:

- Un maggior numero di artisti deve poter ricavare dal proprio lavoro un reddito adeguato.
- I mezzi di produzione, distribuzione e promozione devono essere nelle mani di una gran quantità di individui. Il potere gestionale dev'essere comunque assai più frazionato.
- Bisogna creare un pubblico dominio di conoscenza e creatività artistica che sia vasto e liberamente disponibile.
- Il pubblico non va bombardato dal marketing con un numero ristretto di artisti di grido, ma dev'essere libero di venire a contatto con una grande varietà di espressioni culturali e avere così la possibilità di fare le proprie scelte.

Come pensiamo di realizzare tutto ciò? Il nostro punto di partenza, e forse la cosa potrà meravigliare, è la figura dell'imprenditore culturale, che può essere l'artista stesso o un suo rappresentante, il produttore, l'editore o il committente. La caratteristica principale di un imprenditore è quella di correre dei rischi, nel nostro caso in attività inerenti all'ampio ambito della cultura, che presenta possibilità e problemi specifici. Esistono parecchie speculazioni sull'imprenditorialità, sui rischi e sull'atteggiamento che meglio qualificano un imprenditore: questi deve poter pensare e agire in modo tempestivo, anticipando i problemi; in altre parole, dev'essere sempre in grado di battere la concorrenza, di prevedere problemi e opportunità imminenti, e tenere sott'occhio quanto accade a breve e lungo raggio. La crisi economica e finanziaria iniziata nel 2008 sta dimostrando che diversi soggetti definiti "imprenditori" non possiedono quell'atteggiamento proattivo che consente loro di guardare sia assai lontano sia nelle immediate vicinanze.

Quando si parla di imprenditorialità, non ci si sofferma quasi mai a ponderare quali debbano essere le condizioni in cui un gran numero di persone possano assumersi dei rischi. Quale forma deve avere un mercato del genere, come vanno costituiti i rapporti di potere e quale il tipo di normativa che possa limitare oppure offrire opportunità agli imprenditori? È di simili tematiche che si occupa questo capitolo. Ci siamo dati un compito difficile: la creazione di un mercato che soddisfi un particolare requisito, cioè l'assenza di forze dominanti in grado di regolare tale mercato a proprio piacimento. A nostro avviso è questa la condizione fonda-

mentale per realizzare le finalità appena formulate, e che ricordiamo ancora una volta: una proprietà non concentrata, bensì assai diversificata; pari opportunità a un gran numero di artisti; per il pubblico, la libertà di scegliere tra un'offerta molto ampia, e il mantenimento di un vasto pubblico dominio di conoscenza e creatività artistica che non rischi di essere privatizzato.

Nell'attuale mercato della cultura riscontriamo due forme di predominio che riteniamo poco desiderabili. Innanzitutto c'è il diritto d'autore, che abbiamo già illustrato in dettaglio. Questo diritto consente al proprietario di controllare l'utilizzo di un'opera, con tutte le conseguenze del caso. Ciò di cui finora si è parlato meno è l'altra forma di controllo sul mercato: un numero ristretto di imprese di livello mondiale che esercitano un forte controllo su produzione, distribuzione, promozione e creazione delle condizioni per la fruizione di film, musica, libri, design, arte figurativa, spettacoli e musical. La situazione può variare leggermente a seconda del settore artistico, d'altro canto abbiamo numerose forme d'integrazione verticale e orizzontale che raggiungono finanche l'ambito digitale.

Ovviamente non bisogna pensare che il settore culturale sia dominato unicamente da imprese di grandissime dimensioni. Esiste anche un consistente segmento medio. Tuttavia anche le aziende culturali di media grandezza faticano a restare a galla. Più avanti nel capitolo vedremo come questo tipo di strutture culturali uscirà ulteriormente rafforzato dall'ipotesi da noi avanzata. Non dovranno più lottare contro dei colossi il cui marketing aggressivo e schiacciante mette in ombra tutte le altre imprese.

Le due forme di predominio sul mercato procedono appaiate: la proprietà di un gran numero di diritti d'autore, ad esempio, ha senso solo se l'opera a cui si applica il diritto è commerciabile. È bello poter disporre di strutture produttive su larga scala, ma se ciò che si produce viene poi utilizzato liberamente da altri, senza alcun pagamento – e quindi senza alcuna protezione sotto forma di copyright – un'impresa può anche dover chiudere subito i battenti.

La sfida interessante è capire se tramite l'annullamento di entrambe le forme di predominio sia possibile creare un mercato più normale o, per usare un termine caro alle pubblicazioni del settore economico, un *level playing field*. Cosa s'intende con questa espressione? Si tratta di una situazione in cui nessuna parte può controllare o influire, in misura eccessiva, sul mercato e sul comportamento commerciale altrui. Insomma, un campo di gioco che offra a tutti pari opportunità. Per noi, nello specifico, è importante che un ampio numero di imprenditori culturali – gli artisti, i loro rappresentanti, produttori, editori e così via – siano effettivamente in grado di condurre le proprie attività..

Oggi forse non possono farlo? La risposta è ambigua: sì e no. Sì, perché molte migliaia di artisti producono opere d'arte, e sono a tutti gli effetti degli imprenditori. No, perché spesso tali artisti vengono sottratti all'attenzione del pubblico dall'onnipresenza delle grandi multinazionali. Manca una reale, equa opportunità di intraprendere attività artistiche. O perlomeno, è molto difficile correre il rischio legato all'imprenditorialità. Di fatto, la situazione del mercato culturale può essere descritta nel seguente modo: la porta d'accesso al

mercato, e quindi al pubblico e alle possibilità di guadagno, è socchiusa per la stragrande maggioranza degli imprenditori culturali, ma è completamente spalancata per i pochi giganti impegnati in ulteriori fusioni aziendali.

Questi ultimi posseggono anche i diritti d'autore di una miriade di prodotti che offrono sul mercato, esercitando così su di esso una presa ancora più salda, giacché sono gli unici a decidere come e in quale contesto vadano utilizzate un gran numero di opere. In pratica, sono queste multinazionali a decidere i prodotti culturali che arrivano sul mercato, quali i contenuti predominanti e interessanti, nonché il contesto in cui vadano consumati o utilizzati. Le loro opere non possono essere modificate, compromesse o criticate in base al contenuto stesso. E il copyright ne tutela gli investimenti.

I numerosi imprenditori culturali, anche quelli di media grandezza, per i quali la porta è appena socchiusa, si affacciano su un mercato – ammesso che ci riescano – dove sono pochi giganti a stabilire il contesto e l'attrattiva di quanto essi stessi vanno offrendo, cosa spesso abbinata alla spinta dei grandi nomi. Per molte imprese di piccola e media grandezza è di certo estremamente difficile, quando non impossibile, sopravvivere conquistando una posizione redditizia in questa situazione penalizzante: un mercato dominato da poche grandi imprese che determinano anche le regole del gioco nel campo della cultura.

IL DIRITTO ALLA CONCORRENZA

Per arrivare a un mercato dalla struttura più normale, un campo di gioco che offra a tutti pari opportunità, non vediamo altra possibilità che intraprendere contemporaneamente due azioni: abolire il diritto d'autore e fare in modo che non esistano più forze di mercato dominanti nell'ambito della produzione, della distribuzione e del marketing. Quali vantaggi presenta una simile soluzione?

Con l'abolizione del copyright, per gli imprenditori non sarà più così allettante investire somme ingenti in film di cassetta, libri best-seller e grandi nomi. Verrebbe infatti a mancare qualsiasi tutela che renda esclusive tali opere. In teoria, l'indomani queste potrebbero essere modificate o riutilizzate da chiunque. Più avanti analizzeremo se ciò sarà effettivamente quanto sia possibile prevedere. Quindi, perché investire cifre esorbitanti? Ovviamente non è vietato. Chi vuole potrà continuare a farlo, ma la tutela degli investimenti offerta dal copyright – un privilegio – non sarà più disponibile. Ciò significa ad esempio che non verranno più prodotti film spettacolari? Probabilmente no, o magari solo come film d'animazione. È una perdita? Forse, o forse no. Non è la prima volta nella storia che, in seguito al cambiamento delle condizioni produttive, alcuni generi artistici finiscano per sparire dal firmamento e ne arrivino altri che diventano smisuratamente popolari. Non è impensabile ritenere che il pubblico possa abituarsi rapidamente. Non esistono altresì motivi validi per tutelare investimenti su produzioni colossali, supportate da attività di marketing selvaggio che di fat-

to relegano ai margini del mercato la diversità culturale realmente esistente.

La seconda iniziativa che ci proponiamo di intraprendere è la normalizzazione delle relazioni interne al mercato. Manovra forse più drastica della stessa abolizione del diritto d'autore, che negli ultimi anni si è fatta più proponibile. Come già detto, in un mercato non devono esistere delle forze che abbiano potere decisionale, ad esempio, per quanto riguarda i prezzi, la qualità, l'assortimento, le condizioni lavorative, l'accesso al mercato da parte di terzi, e così via. Né dovrebbero esserci delle parti che, senza tener conto di molti altri interessi sociali, possano muoversi a proprio piacimento. Insomma, i mercati devono poter offrire spazio a una varietà di soggetti e dev'essere la società a definire le condizioni che ne regolano il funzionamento.

Ciò che dovrebbe valere per l'economia nel suo complesso, va sicuramente applicato nel settore della comunicazione umana con mezzi artistici. Nei capitoli precedenti abbiamo già argomentato quale sia la forza delle espressioni culturali. Ciò che vediamo, ascoltiamo e leggiamo contribuisce in misura elevata alla formazione delle nostre identità, in senso pluralista. Non possiamo esimerci dal sostenere che per tale ragione nel terreno di gioco della cultura debbano esser presenti una gran quantità di imprese, che non vengano emarginate da soggetti troppo forti e che siano in grado di proporre la propria offerta culturale da angolazioni completamente diverse. Siamo convinti che si tratti di un aspetto imprescindibile.

Se ci guardiamo intorno, notiamo subito come le nostre eco-

nomie non rispondano alle condizioni formulate in questo saggio, ovvero centrate sulla necessità di un campo di gioco dalle pari opportunità. Sotto la pressione del neoliberalismo, le aziende sono riuscite a crescere a dismisura anche nei settori culturali. Capiamo benissimo che per poter rovesciare questa situazione, nell'economia in generale e quindi anche in settori quali cinema, musica, editoria, design, multimedia, video (sostenuti o meno dai new media), occorra un intervento profondo. Ma non esiste altra scelta. Nella conclusione di questo capitolo ci soffermeremo sulla strategia da seguire.

Se abbandoniamo per un attimo le nostre riserve nel riflettere su un intervento così radicale, qual è il panorama che si va delineando? Non esisterebbero più aziende dominanti rispetto alla produzione, distribuzione, promozione e creazione di condizioni necessarie per la fruizione delle opere artistiche. Le dimensioni generali verrebbero considerevolmente ridotte, con la presenza diffusa di medie e piccole imprese. Com'è possibile dar luogo a una simile trasformazione? La maggior parte dei Paesi prevede già una legislazione sul regime di concorrenza, il cui scopo è esattamente quello di realizzare un *level playing field* per ciascun mercato, dunque anche quello culturale.

Va ammesso però che al giorno d'oggi la politica in materia di concorrenza funziona piuttosto male. È ipotizzabile che la colpa sia del neoliberalismo, la cui filosofia è proprio quella del non intervento sui mercati, giacché essi tenderebbero spontaneamente al bene ottimale. Tuttavia non siamo certo gli unici a nutrire ormai forti dubbi al riguardo. Questo

“libero mercato” si è rivelato forse favorevole per i grandi gruppi del mondo finanziario? Anche per loro il 2008 è stato una doccia fredda.

È arrivato dunque il momento di aggiornare il diritto alla concorrenza, cui finora si è fatto ricorso sporadicamente per giudicare se le aziende impegnate in una fusione avrebbero fagocitato o meno l'intero mercato. A volte ci si è avvalsi di questa legislazione per punire scandalosi abusi di potere all'interno del mercato. Negli ultimi anni, l'Unione Europea sta utilizzando più attivamente il diritto alla concorrenza in questi settori, ma resta una lotta contro i mulini a vento.

L'idea di fondo dovrebbe poggiare su un'analisi ben più sostanziale di quanto potrebbe far minimamente sospettare una posizione di predominio sui mercati culturali, questo dovrebbe essere forse l'aspetto più importante della politica culturale. Dopodiché deve scattare il dibattito su quale tipo di posizione all'interno del mercato sia dannosa per le finalità da noi formulate, cioè impedire che un gran numero di imprenditori culturali possano agire senza l'opposizione di forti presenze commerciali, e fare in modo che creazioni artistiche di vario tipo possano raggiungere pubblici diversi, evitando che questi ultimi vengano distratti da un marketing troppo aggressivo. Il terzo passo sono le misure da adottare per ridurre in modo sostanziale le dimensioni e la posizione sul mercato di determinate aziende. L'aspetto incoraggiante è che lo strumento del diritto alla concorrenza esiste già, va soltanto rispolverato.

Sembra tutto più semplice di quanto non sia in realtà. Ciò che infatti possiamo aspettarci, e sarebbe auspicabile realizzare, è

uno stravolgimento economico e finanziario. Non che la cosa debba spaventarci, ma il frazionamento delle grandi multinazionali culturali, insieme alle relative proprietà, è un'operazione sociale rischiosa, che va intrapresa con la massima saggezza possibile. Nell'introduzione spiegavamo come la sola idea di una tale attuazione concreta ci renda alquanto nervosi.

Proviamo a immaginare che insiemi di risorse, beni di capitale, posizioni di mercato, stabilimenti di produzione e distribuzione, vengano suddivisi in tante parti. È infatti a questo che aspiriamo per i settori culturali e mediatici della società. Con quanta cautela e ponderatezza va pianificata una siffatta trasformazione per non scatenare una crisi economica ancora più grave di quella che ci ha colpito nel 2008 e 2009? Se non oseremo farlo, all'insegna dell'obiezione “i giganti culturali sono troppo grandi per poterli decimare”, lasceremo inalterate le relazioni all'interno del mercato. A nostro parere si tratta di una posizione ingiustificabile. Non sarebbe auspicabile da un punto di vista democratico, ma neppure nella prospettiva di un equo accesso al mercato della cultura per un gran numero di imprenditori. È vero, siamo di fronte a un dilemma diabolico. Capiamo benissimo che molti tra quanti si occupano del diritto d'autore preferiscano non affrontare il tema del riordinamento sistematico dei mercati culturali. Per colpa del neoliberalismo, ormai penetrato a fondo nella nostra coscienza, abbiamo disimparato a riflettere in maniera produttiva su una diversa organizzazione del mercato, anche se è vero che non c'è un copione per realizzarla. Eppure in questa sede invitiamo a indagare meglio tale questione.

Insieme all'introduzione del diritto in materia di concorrenza, si può pensare anche di prevedere diverse disposizioni sulla proprietà, per evitare che una singola persona eserciti un eccessivo predominio su produzione, distribuzione, promozione e fruizione di creazioni artistiche, eventi e spettacoli. Tra gli strumenti per raggiungere quest'obiettivo, troviamo la lotta alla cosiddetta *cross ownership* (la partecipazione azionaria incrociata), che riguarda aziende attive in diversi ambiti legati al mondo artistico, ai media e all'intrattenimento – a tutti i livelli, dalla produzione alla fruizione – e che ne accresce esponenzialmente la presenza sia in termini di raggio d'azione che di influenza. La situazione si fa ancora più preoccupante quando ci si accorge che aziende estranee ai settori culturali esercitano il controllo dei relativi canali mediatici. Bisogna godere di una notevole solidità per non voler esercitare un'influenza sulla programmazione per un tornaconto personale.

È incomprensibile che a produttori di armi come General Electric negli Usa e Lagardère in Francia sia stato permesso di impadronirsi di grosse fette del settore culturale e mediatico. Gli interessi dei commercianti di armi sono fin troppo chiari, puntando a creare un'atmosfera favorevole alle loro attività nel mondo dei media. È davvero una tentazione troppo forte per questi fabbricanti di armi (ma lo stesso vale per altre imprese) avere il controllo di testate culturali e d'informazione capaci di determinare contenuti e contesti, e dunque l'opinione della gente. Per esempio, non fa onore all'Unione Europea che la normativa sulla proprietà dei media sia così palesemente inadeguata da consentire a Silvio Berlusco-

ni di detenere l'oligopolio nei settori culturali e mediatici e al contempo di essere stato eletto più volte a capo del governo italiano.

Va anche tenuto conto degli obblighi di ridiffusione (*must carry*), basati negli Stati Uniti sulla dottrina dell'*essential facility*, nel caso di un'impresa con una posizione egemonica nel settore della distribuzione. Di conseguenza, i programmi altrui vanno trasmessi senza alcuna ingerenza rispetto al loro contenuto. La normativa sulla proprietà ha senso anche per prevenire la possibilità che i principali mezzi d'informazione di un Paese finiscano in mani straniere. C'è forse qualcosa di male in questo? La risposta è sì: per una società democratica, può rappresentare un impoverimento il fatto che il proprietario dei mezzi di comunicazione risieda lontano e (considerazioni economico-finanziarie a parte) non mantenga relazioni significative con il Paese in questione. Ovviamente si tratta di valutare con attenzione, perché è chiaro che un proprietario più vicino non offre di per sé la garanzia di maggiore interesse per la società in cui vive.

Un'altra opzione nel pacchetto di provvedimenti atti a normalizzare il mercato è quella di impedire eccessive attività di marketing per i prodotti culturali. Si può tranquillamente affermare che, ad esempio, un budget destinato al marketing del cinquanta per cento superiore di quanto necessario per la produzione di un film di Hollywood, falsi la concorrenza. Di fronte a una tale aggressività promozionale nessuno è in grado di competere.

UN GRAN NUMERO DI IMPRENDITORI CULTURALI

Amnesso che sia possibile creare per la cultura un terreno di gioco circoscritto, riusciremo anche a realizzare le finalità formulate all'inizio di questo capitolo? Riteniamo di sì. Per parecchi imprenditori culturali non vi sono più ostacoli a correre rischi e gettarsi allo sbaraglio. Di per sé è indubbio che ogni attività commerciale comporti comunque dei rischi, ed è proprio ciò che artisti e imprenditori hanno sempre osato fare, in ogni cultura. Nella nuova situazione di mercato da noi prefigurata, molti potranno affrontare tali rischi con maggior fiducia rispetto al passato. Perciò da ogni angolo del panorama culturale spunteranno imprenditori che offriranno al pubblico una grande varietà di creazioni e rappresentazioni artistiche. Quelli che una volta erano considerati mercati di nicchia, potranno così diventare luoghi di richiamo per un pubblico assai più numeroso di quanto ci si potesse mai aspettare.

Una volta eliminato il marketing selvaggio con cui l'industria della cultura saturava la popolazione, è più che probabile che l'interesse di (potenziali) pubblici andrà sviluppandosi in direzioni diverse. E perché non dovrebbe essere così? In fondo l'essere umano è curioso per natura, e rivela necessità individuali, per esempio, su cosa preferisca fare per divertirsi o nei momenti di tristezza. Se tali necessità non vengono più imposte con forza dall'esterno, si crea lo spazio per scelte più personali.

D'altro canto l'essere umano è anche un animale sociale, per cui è probabile che il pubblico si raggrupperà intorno a determinati artisti piuttosto che altri. Per dare un'anteprema

di quanto tratteremo più avanti nel capitolo: l'artista in questione diventa allora un *well-seller*, ma non potrà raggiungere il superlativo di *best-seller*, semplicemente perché le condizioni di mercato non glielo consentiranno più. In seguito illustreremo anche come ciò sia positivo per il futuro di moltissimi artisti nel mercato della cultura.

Le nostre iniziative per normalizzare il mercato appaiono particolarmente favorevoli per il pubblico dominio della conoscenza e della creatività artistica. Sarà infatti impossibile privatizzare la conoscenza e il materiale artistico, i quali restano quindi proprietà di tutti. Né potranno più profilarsi aziende capaci di monopolizzarne la produzione, l'elaborazione e la diffusione.

Finora nel corso della trattazione abbiamo rivolto maggior attenzione al diritto d'autore e meno al diritto della concorrenza che dovrebbe annullare le posizioni di predominio. D'altra parte abbiamo suggerito come l'abolizione del copyright possa forse risultare assai più agevole che non abbattere certe egemonie di mercato. In questo passaggio potrebbe celarsi una contraddizione, eppure non è così.

Il diritto della concorrenza è uno strumento già disponibile, idealmente esiste proprio per forgiare un *level playing field*. E non è difficile rendersi conto come gli attuali mercati culturali non soddisfino neanche lontanamente un tale requisito. Inutile aggiungere che le imprese cresciute a dismisura si oppongono alla propria decimazione. Sotto il profilo sociale, esiste anche un certo timore. Come bisogna procedere? Andranno forse in fumo ingenti investimenti? Giacché le imprese sono state libere di crescere a livelli inauditi,

ora siamo costretti a studiare come normalizzare la situazione senza infliggere colpi letali all'economia. Dobbiamo scegliere se rassegnarci di fronte all'inevitabile, oppure se escogitare strategie che ci permettano, in quanto società, di riconquistare la regia del mercato. Come già detto, torneremo su questo punto più avanti, ma dobbiamo confessare fin d'ora che, ovviamente, non abbiamo la soluzione definitiva. Ci impegniamo tuttavia a fare un serio tentativo.

Le normative sul diritto della concorrenza rappresentano un primo strumento disponibile, e non esistono necessariamente grandi malintesi riguardo le sue finalità. Ma è davvero un compito arduo riuscire anche solo a immaginare come applicare tali normative. Proviamo a ipotizzare di suddividere in tante parti le multinazionali guidate da Rupert Murdoch, assegnandole a proprietari completamente diversi. Così si arriva subito a domande che preferiremmo evitare come la peste, ad esempio: dobbiamo pagare fino all'ultimo centesimo i costi dell'esproprio?

D'altro canto, se di fronte a questioni così complesse continuiamo a nascondere la testa sotto la sabbia, i mercati culturali rimarranno inalterati, intollerabilmente dominati da un ristretto gruppo di protagonisti. Per altro, frazionando in tante piccole parti i giganti della cultura, il valore che teoricamente va perduto non è poi così grande. I diversi componenti, che a questo punto sono aziende di media grandezza con proprietari diversi tra loro, conservano pur sempre un certo valore; e sommandoli tutti insieme, l'eventuale perdita sarà alquanto relativa. Ma alla fine di questa frase dovremo forse mettere un punto interrogativo. Insomma, sulla

riorganizzazione dei mercati culturali e relative conseguenze occorre una ricerca più approfondita (anche in termini di cifre) di quanto possiamo offrire in questa pubblicazione. È ovvio che legati al diritto d'autore ci sono in ballo anche ingenti capitali, e nel caso volessimo abolire tale diritto i proprietari non esiteranno a farcelo presente. Eppure, come si è visto, essi sono già orientati verso il diritto contrattuale, il finanziamento delle offerte e la produzione di introiti tramite la pubblicità, rivelando la tendenza a indietreggiare dall'ambito del copyright. Il quadro tuttavia è più complesso. Lo strumento del diritto d'autore esiste ormai da secoli e ha conquistato uno status talmente insindacabile che l'intera faccenda richiede maggiore attenzione. Il copyright rivela anche un aspetto emotivo, visto che nella convinzione generale è diventato il mezzo migliore per tutelare il lavoro e l'esistenza degli artisti. In più il diritto d'autore è venuto a trovarsi in una situazione da cui potrà evolversi in direzioni molto divergenti. Ciò porta quindi a una varietà di considerazioni, come evidenziato dall'ampia attenzione riservata al copyright in questo saggio.

NESSUNO SPAZIO PER I FURBI

Siamo arrivati al punto più interessante della nostra ricerca. È concepibile che, in base alle condizioni qui illustrate, possa crearsi un mercato realmente funzionante, in cui i disonesti non possano colpire rapidamente per poi svignarsela? In altre parole: è plausibile che parecchi artisti, i loro rappresentanti, intermediari, committenti o produttori possano

guadagnare un reddito ragionevole? I rischi di queste attività imprenditoriali sono qualcosa di accettabile? E tutte queste persone hanno motivo di aspettarsi che la propria opera venga trattata con il dovuto rispetto?

Iniziamo dalla domanda se sia probabile o meno che l'opera venga utilizzata da altri senza pagare. C'è motivo di supporre che, subito dopo la presentazione di un'opera, possa farsi avanti un altro imprenditore culturale che inizierà a sfruttarla? In teoria, se non esistesse il copyright, tutto ciò sarebbe effettivamente possibile. Eppure, per vari motivi, non accadrà. Innanzitutto c'è il cosiddetto vantaggio del *first mover*: l'editore o produttore originario sarà il primo ad arrivare sul mercato. È ovvio che, con la digitalizzazione, la durata di tale vantaggio potrebbe ridursi a una manciata di minuti (Towse 2003: 19). In sé non è un grosso problema. Ciò che conta sempre più nei mercati culturali è che gli artisti, e i vari imprenditori, aggiungano all'opera un valore specifico con cui nessun altro possa competere. Costruirsi una reputazione, se proprio non è metà dell'opera, ne costituisce comunque un fattore significativo. Dobbiamo anche considerare come nel mercato non esistano più soggetti dominanti. Non vi è più un'altra sola impresa che possa pensare di "rubare" facilmente un'opera di recente pubblicazione e di successo, ad esempio perché controlla i canali di distribuzione e promozione: un'azienda del genere non esiste più.

Tuttavia è logico che non si possa parlare di furto, qualora non esistesse più il diritto d'autore. Usiamo allora il termine *free rider* per riferirci a chi beneficia gratuitamente di un bene pubblico. In effetti vi sono venti, trenta, quaranta e più

soggetti differenti che potrebbero avere la stessa idea. Tenendo presente questa realtà, diventa meno probabile – addirittura alquanto improbabile – che un'altra impresa sprechi denaro ed energie per proporre una seconda volta sul mercato un'opera già presentata. Bisogna dunque temere che una persona diversa dal promotore originale, che se ne è assunto il rischio, possa appropriarsi allegramente di un'opera che in realtà appartiene al pubblico dominio? Non si arriverà a tanto. Se un gran numero di soggetti è disposto a correre un rischio da *free rider*, gli investimenti andranno in fumo senza speranza. Con un'alta probabilità che rasenta la certezza, sarà dunque il primo creatore l'unico a sfruttare continuamente l'opera.

È forse superfluo specificare il perché le due iniziative da noi proposte vadano portate avanti parallelamente. L'abolizione del copyright non dev'essere un'attività isolata, ma va abbinata all'introduzione del diritto della concorrenza e alla regolamentazione del mercato, in favore della diversità culturale della proprietà e dei contenuti. Solo così si otterrà una struttura di mercato capace di scoraggiare comportamenti da *free rider*.

È possibile però che una determinata opera riscuota un grande successo. In tal caso un altro imprenditore potrebbe includerla nel proprio repertorio, farne copie "neutre" oppure promuoverla all'interno del proprio circuito. È forse un problema? Per prima cosa, anche in questa situazione non sarebbe l'unico a farlo. E poi, se il primo imprenditore ha valutato bene il mercato e rimane all'erta, manterrà un notevole vantaggio su tutti gli altri. Il primo imprenditore potrà anche

decidere di offrire, ad esempio, una versione più economica dell'opera, onde scoraggiare eventuali concorrenti. Ciò nonostante, capiterà senz'altro che un'opera di successo venga sfruttata da qualcun altro. In tal caso sono possibili due reazioni: la prima è che ciò non rappresenti un grande problema, perché chiaramente l'opera ha già portato un considerevole guadagno all'autore e al primo produttore o editore. Una copia neutra o una seconda presentazione contribuiscono così alla fama dell'autore che può trarne profitto in diversi modi.

La seconda reazione tocca una corda completamente diversa: non è escluso che il *free rider* venga sommerso dai rimproveri, e la sua reputazione potrebbe uscirne danneggiata. Ad esempio, in che modo? L'autore originario – che è famoso, visto che la sua opera viene “rubata”, altrimenti non accadrebbe – in occasione di interviste e altre apparizioni pubbliche non farà mistero dell'episodio vergognoso che si è verificato: qualcuno ha approfittato della sua opera senza pagare. Una dichiarazione del genere sortirebbe qualche effetto? Nel mondo occidentale, e forse anche in altri Paesi, tutto ciò può apparire ridicolo. Dobbiamo ammettere che anche noi abbiamo le dovute riserve. Uno dei personaggi del romanzo *La vergogna* (1983: 28) di Salman Rushdie afferma: “La vergogna è come tutto il resto: se ci vivi accanto abbastanza a lungo, diventa parte dell'arredamento”.

È bene però soffermarsi un istante sull'opzione dello “svergognamento” pubblico, perché non è poi così insensata. In Giappone e in altri Paesi del sud-est asiatico è una strategia che funziona, naturalmente a determinate condizioni che

non è il caso di dettagliare in questa sede. Basti sapere che in quei Paesi tale pratica esiste, funziona e svolge per certi aspetti un'azione correttiva su comportamenti (scorretti) all'interno del mercato. La società occidentale moderna non offre un meccanismo analogo. Tutte le relazioni sono regolate in senso strettamente giuridico, con la conseguenza che ci rivolgiamo in continuazione ad avvocati dalle parcelle salatissime.

Proviamo per un attimo a immaginare, come propone Francis Fukuyama, quanto ci costa tutto ciò, in termini economici, per le spese di transazione. È un prezzo piuttosto alto, una sorta di tassa su tutte le nostre attività economiche, senza considerare come la sfiducia finisca per imporsi come atteggiamento centrale, una condizione tutt'altro che piacevole nell'imprenditoria (1995: 27,8). Paghiamo questo prezzo elevatissimo perché non abbiamo a disposizione un meccanismo diverso dal tribunale per indirizzare il mercato verso comportamenti più decorosi. Proviamo quindi a riflettere: non abbiamo più il sostegno giuridico del copyright e nel mercato non operano aziende dominanti. Non andremmo forse spontaneamente in cerca di altri meccanismi per mantenere praticabile tale mercato? È probabile che finiremmo per ricorrere a pratiche quali il rimprovero pubblico e il danno alla reputazione, di cui potremmo apprezzare il valore. O si tratta di una supposizione del tutto campata in aria?

Nelle pagine precedenti abbiamo già accennato al fatto che, qualora il mercato dovesse assumere l'aspetto da noi proposto, il fenomeno dei *best-seller* possa divenire acqua passata. Dal punto di vista culturale ciò è vantaggioso, perché nella

mentalità di molta gente si creerà di nuovo uno spazio concreto per una maggiore diversità e varietà di forme d'espressione artistica. La conseguenza economica è che un gran numero di imprenditori culturali potrà operare sul mercato con profitto, senza essere spinti ai margini dalle grandi celebrità. Allo stesso tempo, abbiamo constatato come spesso alcuni artisti sappiano attirare più di altri l'attenzione del pubblico. Ma ciò non implica che divengano dei *best-seller*, poiché non esistono più quei meccanismi che consentano di conquistare fama mondiale. Diventeranno invece dei *well-seller*, una situazione piacevole – e positiva dal punto di vista economico – per questi artisti, per i produttori, editori o altri intermediari.

Un ulteriore effetto allettante è che così lo squilibrio economico fra gli artisti verrà ridimensionato. Prima il divario fra nomi celebri e poco noti era astronomico. È vero che nell'ambito della nostra proposta i *well-seller* guadagneranno più di tanti altri, ma le differenze saranno socialmente accettabili. Allo stesso tempo si verificherebbe un altro cambiamento, forse addirittura più profondo: dal momento che il mercato va normalizzandosi, moltissimi artisti e i loro intermediari inizieranno a guadagnare meglio che in passato. Se prima la loro carriera procedeva a rilento, si barcamenavano per tenere la testa a galla spesso senza riuscirci, ora un numero notevolmente maggiore di artisti inizierà a vendere di più. Significa che riusciranno a tenersi facilmente a galla. È pur vero che non saranno mai dei *well-seller*, ma non è neanche necessario che lo siano.

Si avrebbe comunque un miglioramento significativo, visto

che le loro attività diventeranno comunque redditizie. Per le entrate dell'artista si tratta di un grosso passo avanti, e allo stesso tempo per l'imprenditore che ne sostiene i rischi (che potrebbe essere l'artista stesso) ciò rappresenta un netto miglioramento: l'azienda non si trova più in una costante condizione di insicurezza (da cui non sa mai se uscirà indenne), gli investimenti portano frutti e si accumula capitale per ulteriori attività. Sarà anche più facile accettare di sostenere rischi maggiori per quegli artisti che andranno proposti al grande pubblico – poiché meritano di essere pubblicati, di fare delle mostre, eccetera – ma che ancora non si sono affermati.

LA DIVERSITÀ CULTURALE

Nonostante l'effettivo miglioramento della posizione sul mercato di numerosissime imprese e iniziative culturali, potrebbe accadere che alcune falliscano. In parte ciò potrebbe dipendere dal comune rischio imprenditoriale che ora, come si è detto, può essere coperto meglio da quelle attività o artisti che riscuotono maggior successo. In parte, però, potrebbe trattarsi di iniziative artistiche che probabilmente non saranno mai redditizie, ma che risultano ugualmente necessarie onde diversificare la gamma di prodotti artistici presenti nella società.

Nello specifico possiamo pensare ad artisti agli inizi della carriera o a quanti imboccano strade ancora sconosciute al grande pubblico e che hanno bisogno di tempo per arrivare a maturità. Determinati tipi di festival possono avere grande

importanza per la diversità e la varietà dell'offerta culturale, ma è escluso che portino mai a dei guadagni. La traduzione di un'opera potrebbe costare parecchio, forse troppo perché venga pubblicata in un'altra lingua o magari messa in scena. L'opera o il balletto sono classici esempi di spettacoli artistici che spesso non riescono a rientrare delle spese con la vendita dei biglietti. Questa categoria comprende anche svariate opere teatrali in cui recitano più di un paio di attori.

Ma queste possono essere forme di espressione artistica a cui noi, come società, non vogliamo rinunciare, necessarie per la diversità culturale. Sappiamo anche che molte opere d'arte hanno bisogno di un periodo di avviamento (esercizio, esperienza, il confronto con il pubblico e le sue reazioni, la cristallizzazione di creazioni ancora in erba) che in realtà, quasi per definizione, comporta un passivo per i normali budget di produzione. Come società ci sembra importante gettare le basi per prodotti di cui potremo fruire in un secondo momento. In situazioni del genere è auspicabile che le autorità – nazionali, regionali e locali – garantiscano un sostegno finanziario diretto o tramite strutture d'altro tipo. Ci rendiamo perfettamente conto come ciò possa essere troppo oneroso per i Paesi poveri e anzi, alla luce di altre priorità, irrealizzabile. Eppure vale la pena di sottolineare come la diversità della vita culturale sia fondamentale per lo sviluppo della società. Se i fondi sono troppo scarsi per garantire – momentaneamente – un contributo, non è escluso che possano essere messe a disposizione determinate strutture, per quanto rudimentali. Un vantaggio è che al giorno d'oggi, ad esempio, molte apparecchiature tecniche per la

registrazione audio e video, per la copia e la riproduzione, stiano diventando relativamente economiche e di qualità medio-alta. Ma per i Paesi poveri tutto ciò può rimanere ancora troppo oneroso. In tali situazioni sarebbe opportuno inserire delle voci *ad hoc* nei progetti di aiuti ai Paesi in via di sviluppo.

CONSIDERAZIONI STRATEGICHE

La parola scritta è opinabile. Se a grandi linee ci si può immaginare che le nostre proposte indichino forse una direzione da intraprendere, ben presto ci verrebbe chiesto: e come si fa? Quanto ci prefissiamo non è un compito troppo arduo e destinato a fallire? È vero, la parola scritta è opinabile, è il momento di passare alla pratica.

Ciò nonostante vorremmo posticipare ancora un attimo il comprensibile desiderio di passare all'azione (anche se solo in teoria) per constatare di persona se una tale strategia possa davvero offrire esiti positivi. Per prima cosa, deve crescere la consapevolezza che il controllo esercitato dal diritto d'autore e il predominio di pochi attori sul mercato non siano opzioni auspicabili, e che si tratti di fenomeni opposti alle modalità con cui vanno sviluppandosi l'economia, la tecnologia e la comunicazione sociale. Per arrivare a questo punto si rendono necessarie parecchie discussioni e riflessioni, e capiamo bene tutte le esitazioni del caso. Non solo perché chi abbandona la strada vecchia per la nuova sa quel che lascia, ma non a cosa va incontro. Sarebbe troppo semplice. Con l'evoluzione della società, non converrebbe modificare

strumenti già esistenti? Non è forse questa la cosa più ovvia? A volte.

Nella storia si possono individuare anche momenti turbolenti in cui in un breve lasso di tempo sono avvenute trasformazioni radicali. La caduta del muro di Berlino ne è un chiaro esempio, ancora impresso nella nostra memoria. Se analizziamo il diritto d'autore, ci accorgiamo che fa acqua da tutte le parti, e potrebbe sparire anche in maniera assai rapida. Non stiamo dicendo che accadrà di sicuro, ma neppure che sia improbabile. Il predominio sul mercato da parte delle grandi industrie culturali sembra essere molto più solido. Non ne siamo convinti del tutto, ma dobbiamo ammettere che potrebbe rivelarsi più difficile sbarazzarsi delle multinazionali che del copyright.

Per quale motivo riteniamo che neppure i giganti della cultura abbiano vita eterna? Prima della crisi economica nel 2008, era già chiaro come tali imprese fossero costrette a realizzare produzioni sempre più colossali per tener testa alla concorrenza. Per quanto tempo si può giocare al gatto col topo prima che crolli la struttura finanziaria sottostante? Si tende altresì a riciclare anche molti nomi celebri del passato, come a indicare che le attività complessive di queste imprese mal si adattano al modo in cui i giovani talenti si manifestano e vogliono essere (e sono) apprezzati. Esse hanno dovuto cedere il passo ai nuovi giganti come MySpace, YouTube e soprattutto, da non dimenticare, a centinaia di altre reti di scambio e – ad esempio – al negozio di musica online iTunes della Apple. Ovviamente resta da vedere se all'interno di questi network vige la regola del fluire conti-

nuo. In un batter d'occhio i visitatori di un sito possono emigrare in massa verso altri network, oppure verso strutture completamente diverse.

Il mondo delle grandi imprese che producono, distribuiscono e diffondono prodotti culturali è tutt'altro che stabile. In più, con l'insediamento di Obama alla presidenza degli Stati Uniti, non è impensabile che le leggi sulla concorrenza verranno fatte osservare un po' (o molto) di più rispetto alle precedenti amministrazioni che ne avevano allentato le redini. Un intervento severo sulle imprese che attualmente dominano il mercato, come Amazon, MySpace, YouTube e iTunes, dovrebbe sicuramente essere un'altra opzione da prendere in considerazione.

È difficile prevedere cosa accadrà in futuro, ma va notata l'importante crescita di alcuni movimenti negli Stati Uniti, tra cui l'emergere delle testate indipendenti, che aspettano l'occasione giusta per dare alla normativa sul diritto della concorrenza un posto stabile nel panorama mediatico. Dal punto di vista economico, ma anche politico, va decisamente cambiando quella posizione di stabilità conquistata tempo addietro dalle grandi aziende di produzione e distribuzione. A ciò va aggiunto come, grazie alle nuove tecnologie, la produzione di contenuti audio e video sia alla portata di molti. Di per sé tale fenomeno è alla base dell'attuale posizione di rilievo occupata da MySpace e YouTube. Non è improbabile che, grazie agli ulteriori sviluppi tecnologici, questo tipo di intermediazioni-chiave per la comunicazione reciproca non saranno più necessarie.

Quanto andiamo proponendo qui non sono altro che indi-

cazioni del perché non sia poi così assurdo immaginare un mondo in cui il diritto d'autore e il predominio del mercato non siano degli elementi scontati. Occorre essere preparati a una situazione del genere. Chi abbia a cuore l'interesse di una pluralità di artisti, chi voglia garantire la presenza di numerose imprese culturali sul mercato e mantenere il pubblico dominio di conoscenze e creatività artistica, deve prepararsi a una dura battaglia per riuscire a tutelare tali interessi. La prima cosa da fare è sviluppare dei modelli sulle possibili strutture dei mercati culturali. In questo capitolo abbiamo fornito un contributo a questo processo, sperando ciò possa ampliare il dibattito, stimolare ulteriori ricerche e – cosa non improbabile – a migliorare il modello ivi presentato e le ipotesi a esso legate.

Una questione forse ancora prematura è capire come inserire le nostre proposte nell'agenda politica. Nei vari Paesi esistono possibilità completamente diverse tra loro. In questa sede non abbiamo occasione di esaminare tutto nel dettaglio, ma è un punto su cui bisogna soffermarsi per l'ulteriore sviluppo di strategie e anche di soluzioni. Non si può paragonare l'India con l'Olanda, né il Mali con Singapore, o l'Iran con il Brasile, per citare solo alcune nazioni.

È chiaro però che le nostre proposte prendono di mira la WTO e l'accordo TRIPS. Abolendo il diritto d'autore s'intaccano le fondamenta del TRIPS. Nel capitolo conclusivo accenneremo alla necessità di discutere anche l'abolizione di altri diritti di proprietà intellettuale, come i brevetti. Ciò segnerebbe la fine del ruolo del TRIPS, così come quello della WIPO (World Intellectual Property Organization). Si

tratta di eventualità che sembrano provenire da un altro pianeta, ma la realtà è che in diversi Paesi non occidentali il TRIPS viene considerato un istituto da rivedere completamente, specie per quanto riguarda i brevetti (Deere 2009: 119). Se la struttura viene messa in discussione da diverse parti, alla fine quanto potrà resistere?

Lo vediamo già nel caso della WTO, fondata sulla chiara posizione politica per cui i mercati vadano costantemente liberalizzati, cioè aperti sempre di più. È del tutto assente il concetto di “tutelare” ciò che è fragile, qualcosa di diverso e importante che va creato e alimentato all'interno della società. In questo senso, ad esempio, uno strumento come il *National Treatment* è una spina nel fianco. Qui il mondo viene visto come un grande mercato in cui tutti possono commerciare a proprio piacimento, a condizioni eque. Ciò si scontra con la realtà per cui innanzitutto una tale uguaglianza non esiste e, in secondo luogo, è preferibile che i Paesi abbiano la possibilità specifica di incentivare il proprio sviluppo. In questo contesto, può trovar spazio l'applicazione del diritto della concorrenza, modellato in base alle singole modalità e necessità, nel panorama culturale e mediatico di ciascun Paese.

L'aspetto sorprendente della crisi economica e finanziaria del 2008 è che per la prima volta da decenni si può nuovamente parlare di regolamentare il mercato in modo da non servire soltanto gli interessi di azionisti e investitori. Il fatto che questi ultimi avrebbero saputo come agire in simili frangenti, contribuendo spontaneamente a un qualche interesse comune, è una filosofia che è stata pagata a caro prezzo. Dob-

biamo sbarazzarci del pensiero neoliberista secondo cui i mercati si regolamentano da soli; è evidente come ciò non corrisponda alla verità.

Ogni mercato, in qualsiasi parte del mondo, è stato regolato in un modo o nell'altro, favorendo alcuni interessi a svantaggio di altri. Arrivando a una tale consapevolezza, ci libereremo di una grossa zavorra. Allora potremo iniziare a riflettere in maniera costruttiva su come strutturare e organizzare i mercati, anche quello della cultura, così da affermare al loro interno un più vasto spettro di interessi. Abbiamo davanti un futuro emozionante, di certo non privo di rischi, ma ricco di opportunità.

CAPITOLO 4 **L'INIMMAGINABILE?**

BREVI CASI DI STUDIO

Le nostre proposte sono mere utopie oppure offrono quantomeno spunti per una riflessione produttiva? Gli artisti-imprenditori, insieme ai relativi produttori ed editori, avranno davvero la possibilità di guadagnare di più? Possiamo andare incontro a un panorama culturale fiorente senza che la proprietà sia concentrata nelle mani di pochi? Il pubblico potrà scegliere tra una gamma maggiore di forme d'espressione artistica? Nel presente capitolo proveremo a rispondere a queste domande.

Lo faremo sulla base di brevi casi di studio relativi a gran parte dei campi artistici. Non si tratta di modelli economici elaborati e comprovati da statistiche, in primo luogo perché ci mancavano i mezzi necessari per simili analisi, ma anche perché sarebbe stato prematuro. Per sviluppare modelli del genere, infatti, deve prima esserci chiarezza su quali siano le nuove forme che i mercati, e i relativi meccanismi, potrebbero assumere nelle varie discipline. È questo l'argomento che stiamo affrontando in queste pagine. Cosa possiamo aspettarci, con un discreto margine di certezza? Quali sono, ad esempio, i momenti in cui si possano registrare degli introiti? La nostra analisi è – né più né meno – un contributo alla riflessione, ai tentativi e alla ricerca.

In base alla nostra attuale esperienza e conoscenza del mercato all'inizio del XXI secolo, vediamo affacciarsi quasi istintivamente delle minacce: come si può realmente trarre guadagno dalle opere artistiche, una volta abolito il diritto d'autore? Senza tuttavia dimenticare di soddisfare un'altra condizione: eliminare le forze dominanti operanti sul mercato. In tale ottica presenteremo di volta in volta dei brevi casi esemplificativi.

Non è semplice, poiché ognuno di noi conosce meglio la situazione attuale – e sa come reagire – rispetto al futuro incerto che viene prefigurato. Ciò che stiamo per descrivere è dunque un invito a prender parte alla riflessione. L'ultima cosa che vogliamo sostenere è di aver trovato risposte soddisfacenti a tutte le situazioni immaginabili. In generale i piani per il futuro riordinamento della società si sono rivelati un fallimento; lungi da noi voler ripetere l'errore. Prendiamo come esempio una questione scottante: non è difficile rendere disponibile su Internet in formato digitale un'opera artistica realizzata nel tradizionale contesto materiale. Non basta dunque ciò a spazzar via le fondamenta dei risultati dei nostri casi di studio?

È ovvio che in tal senso non abbiamo una risposta definitiva, ma quantomeno un'indicazione degna di essere presa in considerazione, che attingiamo dall'esempio dello scrittore Cory Doctorow. I suoi fan possono scaricare gratuitamente i romanzi dal sito dello scrittore e lui non la considera pirateria. Eppure sono in molti ad acquistarne i libri anche tramite grosse strutture consolidate, come Amazon, e forse proprio per questa ragione. Doctorow non si preoccupa se nei

Paesi in via di sviluppo ci siano lettori che addirittura guadagnano rivendendo le sue opere. Qual è l'essenza di questo esperimento, come lo definisce lui stesso? Occorre acquisire visibilità, farsi pubblicità in modi nuovi, è questo il grande problema in una società bombardata da una quantità eccessiva di informazioni. Come ci si può conquistare un posto nella coscienza delle persone? Offrendo liberamente il contenuto della propria opera e stabilire un legame – anzi, una vera e propria conversazione – con un pubblico affezionato. Dopodiché la gente non andrà più a rubare dallo scrittore, ma preferirà acquistare il libro vero, contribuendone così alle entrate (Tapscott 2008: 35). Per spostare l'esempio al campo della musica: i fan vanno comunque ai concerti, che rimane una delle attività da cui i musicisti e i loro produttori, in quanto imprenditori, ricavano un profitto.

Si potrebbe obiettare: d'accordo, ma Cory Doctorow è alquanto noto, e può permettersi una trovata del genere. È vero, forse questo rende tutto più facile (sebbene richieda molto lavoro), ma anche nel suo caso esiste un rischio che alla fine viene evitato. Proviamo ad andare avanti nell'esperimento. Nella situazione da noi immaginata non ci sono autori di fama mondiale come Cory Doctorow. Il terreno di gioco è diventato ben più uniforme di quanto non lo sia adesso. Per moltissimi artisti, in questo caso scrittori, esiste dunque la reale possibilità di costruire su Internet un legame simile. Non tutti potranno riuscirci, ma è così che vanno le cose, anche per gli imprenditori. Chi ci riesce si trova davanti alla medesima prospettiva di Cory Doctorow: la vendita dei libri in formato cartaceo.

Don Tapscott e Anthony D. Williams consigliano di accettare due realtà. Per prima cosa che il *file sharing* rappresenta circa la metà del traffico su Internet. Questo ci fa capire come la Net Generation non accetti più a scatola chiusa le vecchie definizioni di copyright. I giovani vedono l'*hackinge* il *remix* come un diritto di nascita "e non se lo fanno portare via da leggi retrograde sulla proprietà intellettuale" (2008: 52). Anche un numero sempre maggiore di artisti capisce che non occorre controllare ogni virgola del mercato per offrire un valore superiore ai propri clienti. "Il *free content* è una realtà ormai innegabile. Per questo gli artisti devono offrire ai clienti un prodotto che sia qualcosa di più che gratuito" (2008: 282).

La digitalizzazione non sarebbe tale se non ci fosse un intoppo, anche per quanto riguarda i libri. Finora si dava per scontato che i dispositivi per la lettura digitale fossero alquanto scomodi, perciò si riteneva che il libro cartaceo avrebbe mantenuto ancora per anni un notevole vantaggio rispetto al mezzo digitale, soprattutto perché più pratico. Ma anche quest'illusione si è infranta. In base all'esperienza dell'economista Paul Krugman, sembra che la lettura su schermo offerta dal Kindle di Amazon sia quasi equivalente a quella di un libro tradizionale ("The New York Times", 6 giugno 2008). Non occorre essere dei chiromanti per prevedere che i dispositivi digitali di lettura in poco tempo diverranno fortemente concorrenziali con il libro tradizionale.

Come andranno le cose se non esisterà più il diritto d'autore? Vengono subito in mente alcune opzioni, ma non saranno certamente le uniche. La prima è che il testo sarà circon-

dato da una serie di messaggi pubblicitari. La seconda è che gli acquirenti pagheranno il dovuto, come nel caso di Cory Doctorow. L'autore ha stabilito un legame con i propri lettori, i quali gli corrispondono un onorario per l'opera, pur se non tutti lo faranno. La terza opzione riguarda soprattutto i testi scientifici, che saranno liberamente disponibili. Il più delle volte, i ricercatori non guadagnavano nulla dalla pubblicazione, che ora troverà una migliore diffusione rispetto a quanto si sarebbe mai potuto sognare. Tutto sta a convincere, ad esempio, l'università o una qualche fondazione ad accollarsi le spese della *peer review* (la valutazione dei colleghi), del lavoro di redazione e simili, ma ne varrà senz'altro la pena.

È ovvio come qui fosse evidente la necessità di fornire numerosi esempi sul modo in cui gli artisti riescano a sopravvivere, o perfino a guadagnare, pur in assenza del diritto d'autore. Ma siamo costretti a deludere chi aveva delle aspettative in tal senso, con una sola eccezione: i Radiohead, un esempio troppo bello per lasciarselo sfuggire, come vedremo più avanti. Perché non illustriamo la nostra teoria con situazioni pratiche in grado di chiarire cosa intendiamo? Magari ne avessimo, ma a ben vedere non esistono esempi realizzati in base alle condizioni per noi essenziali. Possiamo fingere che non esista il diritto d'autore e cercare di agire di conseguenza, ma sullo sfondo è sempre lì presente. E il mercato culturale non è ancora stato ripulito dai giocatori dominanti, tutt'altro.

Abbiamo anche considerato l'idea di proporre esempi fittizi, cosa che però avrebbe richiesto svariate operazioni, fare

dei calcoli in base a certi modelli economici e la visione di una diversa struttura complessiva per le varie organizzazioni e le relative attività. Abbiamo già fatto presente che sarebbe stato un obiettivo troppo ambizioso per questo studio. Non solo rispetto alle nostre possibilità, ma anche perché prima è necessario capire meglio in che modo i mercati, quantomeno a livello teorico, possano diventare totalmente diversi da quanto ci appaiano oggi.

I brevi casi che proponiamo sono ricavati dai vari settori artistici: l'editoria, la musica, il cinema e poi l'arte figurativa e le diverse discipline del design (digitali e meno). Li raggruppiamo all'incirca lungo le diverse linee di produzione, distribuzione e fruizione. I diversi casi sono ben separati tra loro, a indicare che si tratta di situazioni sempre nuove.

Si noterà l'assenza del teatro e del balletto come categorie separate. Il motivo è che in queste discipline il copyright riguarda l'autore, il compositore e talvolta lo scenografo. Perciò la problematica e le relative soluzioni trovano una collocazione più adatta nelle categorie maggiormente rilevanti, come l'editoria, la musica ed eventualmente il design. Con l'abolizione del diritto d'autore ognuno è libero, ad esempio, di mettere in scena una rappresentazione identica ad altre proposte in passato, o di inserirvi qualche passaggio nuovo, un fatto che in regime di copyright sarebbe sfociato nella denuncia da parte del regista dell'opera originaria. Per altro non stonerebbe un qualche tipo di rimborso originale nei suoi confronti, o almeno una comunicazione specifica, ma ciò riguarda piuttosto una questione di cortesia. E se uno sceneggiatore dovesse insistere perché un'opera venga recita-

ta secondo le proprie indicazioni, perché non rispettarne il volere? Per altri che decidono comunque di rappresentarla in maniera diversa, basterà specificare come lo spettacolo sia basato sulla sceneggiatura o la trama dell'autore originale.

L'EDITORIA

Lo scrittore scrive e, anche in questa nuova situazione, cerca di trovare un editore. Se ci riesce, le due parti stipulano un contratto, in cui viene concordata anche la percentuale sulle royalty. Dopodiché l'editore si mette al lavoro, prepara il libro per la pubblicazione e lo presenta sul mercato. In quel momento l'editore ha un vantaggio concorrenziale. È il primo a proporre sul mercato quel titolo specifico e dispone quindi di un certo periodo di tempo per bilanciare costi e guadagni. Tuttavia il libro, nel nuovo mondo privo di copyright e di forze dominanti sul mercato, non appena viene pubblicato appartiene al pubblico dominio. È una delle conseguenze delle nuove regole del gioco: in teoria chiunque altro potrebbe pubblicare quel titolo.

C'è da temere che ciò possa accadere realmente? Riteniamo di no. Nel capitolo precedente ci eravamo già interrogati sull'eventualità che un secondo editore decidesse di appropriarsi del libro. Ci è parso altamente improbabile, perché a quel punto anche il mercato avrebbe acquisito una dimensione diversa. Comunque potrebbe provarci non soltanto un secondo editore, bensì altri venti, trenta, quaranta editori. Con tale consapevolezza, conoscendo le nuove condizioni di mercato, non sarebbe particolarmente allettante pubblicare

l'opera dell'editore iniziale e dell'autore originale senza pagare qualcosa o richiederne l'autorizzazione.

Poniamo il caso ipotetico in cui un secondo editore decida comunque di azzardare l'impresa. In un caso del genere si possono immaginare diverse reazioni.

La prima è che l'editore originale presenti immediatamente sul mercato un'edizione *fighter* o *killer*, ovvero più economica. Se necessario, a un prezzo inferiore a quello di costo. In questo modo il *free rider* viene messo fuori gioco e s'invia al mercato un chiaro messaggio: ecco cosa ti aspetta se provi a rompere le uova nel paniere altrui. Nei mercati controllati da un soggetto dominante, questa sarebbe un'opzione quasi impraticabile per le aziende piccole o anche per quelle medie. Ma nel nostro mercato normalizzato è decisamente più fattibile. Va ammesso che potrebbe rivelarsi un braccio di ferro organizzativo ed economico, ma non ci sarà da fronteggiare un'azienda con ricchezze enormi, ampio raggio d'azione e grande forza organizzativa. Imprese simili non esistono più.

A questo punto molto dipende dal fatto se il primo editore abbia valutato bene la tiratura e le vendite possibili, o se, ad esempio, abbia provveduto per tempo alla ristampa. In tal caso, sul mercato non c'è più grande spazio per l'edizione *killer* di un'altra casa editrice.

Oltre al comune terreno di gioco, nei mercati esistono parecchi angoli reconditi, le cosiddette nicchie. È pensabile che un secondo editore operi all'interno di una tale nicchia e che quindi la conosca da cima a fondo, mentre il primo non vi si è mai affacciato. In questo caso può nascere la tentazione

di pubblicare per tale nicchia il libro dell'editore iniziale, dimenticando per comodità che il corretto comportamento commerciale comporterebbe un risarcimento per autore ed editore originari. In sé ciò non costituisce un problema, giacché il primo editore non aveva intenzione di operare in quella specifica nicchia, per cui non c'è perdita di utili. Eppure, chiunque avvertirebbe un certo livello di scorrettezza. In situazioni del genere si può ricorrere ad azioni quali lo *shaming* (il rimprovero pubblico) e il danno alla reputazione. Nel capitolo precedente abbiamo già dedicato spazio a tali pratiche, compresi i punti deboli e le speranze future.

Nel capitolo precedente si è anche parlato della ridotta probabilità di produrre *best-seller*. Eppure alcuni libri venderanno meglio di altri e potranno raggiungere il livello di *well-seller*. Un buon risultato per autori ed editori in questione, pur se con ciò non arriveranno a dominare il mercato. Uno di quei titoli potrebbe anche finire nel mirino di un *free rider* interessato a produrne un'edizione economica. È improbabile che qualcosa di simile accada alla maggior parte dei testi, che (come si è visto nel terzo capitolo) otterranno in media risultati migliori, mentre per i *free rider* non avranno sufficiente popolarità da giustificare un nuovo lancio sul mercato. Forse potrebbe succedere nel caso di qualche *well-seller*. Anche qui dobbiamo sottolineare come ciò non rappresenti necessariamente un problema. Per prima cosa, va tenuto presente che un *free rider* può avere il coraggio ma non la forza per azzardare un'attività su vasta scala. Ciò ne riduce notevolmente il rischio. In più, per l'autore e l'editore originale non è certo la fine del mondo: il libro ha già riscosso

parecchio successo, quindi il risultato economico è considerevole. Fra l'altro, l'editore originale può continuare a offrire il volume sul mercato, approfittando del rinnovato interesse suscitato dal *free rider* con la sua iniziativa, grazie alla quale autore ed editore originari hanno acquisito maggior fama. E, come si è detto, la fama può essere capitalizzata. Nell'introduzione al capitolo abbiamo già illustrato come la digitalizzazione, anche dei dispositivi di lettura, possa portare vantaggi agli autori, a condizione che questi stabiliscano un rapporto diretto con il pubblico.

Per quanto riguarda la distribuzione digitale, vediamo il firmamento dominato da un gigante, cioè Amazon.com, e in seconda battuta qualche altro offerente. È inevitabile ricorrere allo strumento delle normative sulla concorrenza per verificare che non si siano create posizioni troppo dominanti. Ci si potrebbe chiedere cosa c'è di sbagliato in un'attività innocente come la vendita di libri, in questo caso in formato elettronico. Ma anche nell'ambito digitale non è poi così innocente. L'acquirente viene rinviato a un altro titolo che potrebbe interessarlo e ai libri vengono abbinate delle valutazioni. Così come devono esistere diverse librerie, per evitare che vengano promossi testi da un'unica angolazione, parimenti bisogna garantire la diversità anche nella vendita di libri nel settore digitale.

In Francia, una rete di librerie indipendenti ha avviato un sistema di distribuzione digitale. In ogni caso ciò rivela come nell'era digitale costoro non si considerano soltanto dei perdenti. Il passo successivo potrebbe essere quello di avere a portata di mano le strutture per il *print on demand*, che presenta innumerevoli vantaggi.

Per definizione una libreria può avere sugli scaffali solo una quantità limitata di libri, e poi c'è la questione del periodo di tempo in cui si possono tenere disponibili i volumi (cosa che costa e toglie spazio ai nuovi titoli). Con il *print on demand* è possibile distribuire all'istante tutti i testi possibili e immaginabili. I librai non dovranno più acquistarne grandi quantità dalle case editrici per essere sicuri, se un certo libro ha successo, di non ritrovarsi sforniti. Ciò significa però che i titoli invenduti, e sono moltissimi, vengono resi alla casa editrice che generalmente li manda al macero. Dal punto di vista ecologico, questa considerevole sovrapproduzione di libri è pura follia.

Il *print on demand*, che può essere realizzato in località vicine al cliente, potrebbe anche trasformare la locale libreria in un centro di servizi per gli abitanti del quartiere desiderosi essi stessi di pubblicare un libro, come ad esempio storie familiari, poesie, romanzi. Oggigiorno si scrive moltissimo. Il vantaggio del *print on demand* è proprio quello di poter stampare l'esatto numero di copie desiderate. Le librerie dovranno però fornire ai propri clienti qualche opzione extra rispetto alle aziende che offrono analoghi servizi su Internet. Torniamo all'autore. Nell'epoca digitale non è più necessario proporsi a un editore per presentare la propria opera sul mercato. Si può (qualora esistano buone ragioni per farlo), ma non è una necessità imprescindibile. L'editing e la grafica del libro possono essere autofinanziati. Il testo può essere offerto tramite un sito Internet, soltanto in forma digitale o come annuncio della sua esistenza cartacea, o entrambe le cose. E con il *print on demand* non è necessario stampare

più libri del richiesto. Volendo, l'autore può intervenire periodicamente sul testo. È scontato che in seguito alla digitalizzazione anche il mondo dell'editoria subirà ampie modifiche. E c'è molto da imparare anche dalle trasformazioni in corso già da alcuni anni nel settore musicale.

LA MUSICA

Già oggi i concerti e altri tipi di eventi dal vivo sono per i musicisti la fonte di reddito per eccellenza. Rappresentano un plusvalore, consentono di stabilire dei legami importanti tra quanti operano sul palco creando qualcosa di splendido o affascinante, che si tratti di musica pop o tanti altri generi.

Oggi, i musicisti non hanno più bisogno delle case discografiche. Con le tecnologie più recenti possono registrare brani musicali esattamente come vogliono, per questo non hanno più bisogno del manager di una *major* o di una delle varie etichette discografiche. Distribuzione e vendita possono svolgersi tranquillamente dopo i concerti o tramite Internet, riducendo così drasticamente i costi degli intermediari. Per un gruppo o un ensemble musicale può tornare utile trovare un manager in proprio che si assuma gran parte di questi compiti. È un investimento che vale la pena fare.

Per reperire gli investimenti necessari a sostenere le spese di avviamento, SellaBand ha sviluppato un modello commerciale basato sul rapporto instaurato tra il gruppo musicale e quanti li seguono e credono in loro, i cosiddetti *believer*, che con dieci dollari o poco più possono acquistare azioni della band. Per quei gruppi che riescono a mettere insieme cin-

quantamila dollari, SellaBand si occupa di sostenere la produzione, fare promozione e altre attività simili, rilevando così i compiti un tempo svolti dall'industria discografica (Howe 2008: 256-8). Il coinvolgimento mostrato dai fan nei confronti di un gruppo musicale viene definito anche *crowdsourcing*. Jeff Howe spiega il fenomeno come "le azioni non coordinate di migliaia di persone che, preferibilmente insieme, fanno una cosa che li appassiona". Significa liberarsi dal giogo dell'essere consumatori e basta. La gente vuole essere coinvolta nei processi produttivi che reputa significativi (2008: 13,4). Ciò non toglie che in cambio debba esserci una ricompensa finanziaria, ma non è questo l'aspetto più importante. I *believer* dei progetti SellaBand traggono anch'essi beneficio dai proventi generati dal gruppo.

Avevamo già anticipato che avremmo parlato dei Radiohead. Nel 2007 il gruppo ha diffuso su Internet il nuovo album, *In Rainbows*. I fan potevano scegliere se pagare per acquistarlo e, in caso affermativo, per quale importo. L'album è stato scaricato più di un milione di volte e qualcosa come il 40-60% degli utenti ha scelto di ricompensare il gruppo, con una cifra media di cinque euro ("Le Monde", 19 dicembre 2007). Secondo una stima conservativa, i Radiohead hanno incassato in totale circa 2 milioni di euro, un chiaro segnale da parte dei fan perché continuino a far musica.

Anche qui si potrebbe liquidare la discussione osservando che si tratta di un gruppo famoso. È vero, questo spiega l'importo ricavato. Ma in futuro è improbabile che avremo altre band con la stessa notorietà, poiché non si potranno più impiegare i mezzi di marketing necessari a tale scopo. Un

gruppo musicale dovrà lavorare duramente anche per una cifra inferiore. E il risultato è la creazione di una band con (potenziali) fan, che in seguito le restano fedeli e, come nel caso dei Radiohead, mettono mano al portafoglio. In realtà gli importi che i fan dovranno effettivamente pagare non saranno poi così alti. Possono anche essere inferiori al prezzo di un CD di una *major* discografica. Il risparmio sulle spese generali, specie per il marketing, è enorme.

Nella nostra visione, ma naturalmente si tratta di un punto da discutere, le emittenti possono utilizzare gratuitamente le opere dei musicisti. Perché? In primo luogo va tenuto conto che televisioni e radio non avranno più le attuali dimensioni. Non si troveranno più a far parte di una grande *corporation*, riducendo così le probabilità di ascoltare ovunque lo stesso repertorio. In più, per ottenere la licenza di trasmissione, le emittenti avranno l'obbligo di programmare contenuti assai variati, nell'ambito del genere in cui si specializzano. O almeno, questa è la nostra proposta. Se in quanto società mettiamo a disposizione una quantità di strutture, onde consentire a tali emittenti di operare, possiamo sicuramente chiedere in cambio di ascoltare e vedere il meglio di quanto nella società stessa va sviluppandosi in termini di creatività artistica. Il risultato sarà che, rispetto allo scenario odierno, potremo vedere e ascoltare un numero ben maggiore di artisti. Ciò è importante per far acquisire loro notorietà, spingendo così il pubblico ad andare ai loro concerti. Le emittenti televisive e radiofoniche potranno scegliere di partecipare in modi diversi allo sviluppo di un clima culturale variegato nella zona coperta dai propri servizi. Possono

sostenere e sponsorizzare festival, corsi specializzati e numerosi altri eventi, con cui – attraverso contributi infrastrutturali – contribuire a creare un clima stimolante, ad esempio nel campo della musica. Non sono obbligate a farlo, ma certe assenze vengono notate dal pubblico. Tale partecipazione potrebbe dar vita anche a una nuova programmazione legata alla vita musicale e culturale della comunità locale.

Finora abbiamo puntato i riflettori soprattutto sui musicisti dediti a eventi ed esibizioni. Ma prima di poter suonare anche una sola nota, bisogna comporre, a meno che non si voglia sempre improvvisare. Quali le prospettive per i compositori in base alle condizioni fin qui ipotizzate? A nostro parere esistono due opzioni. La prima è che una qualunque persona o ente possa commissionare la composizione di brani oppure opere musicali. La seconda possibilità a cui pensiamo è che qualcuno componga un brano di propria iniziativa e poi vada alla ricerca di un singolo musicista, di un gruppo o di un'orchestra che vogliano eseguirlo e siano disposti a pagare per farlo. In entrambi i casi il compositore dovrà ricevere una somma forfettaria, frutto di sostanziose trattative, che sia comunque superiore alle cifre attuali.

Si potrebbe proporre di stabilire per contratto che il compositore partecipi del successo dell'esecuzione tramite una quota di royalty; una situazione paragonabile al contratto fra editore e autore. Si condividono i rischi, ma anche i proventi. L'importante è quindi che con i concerti e iniziative affini si facciano buoni guadagni. Il successo può arrivare con un maggior numero di commissioni, retribuite anche meglio. In teoria chiunque può sfruttare una composizione qualsia-

si. Anche in questo caso occorre chiedersi se ciò sia probabile e se ci si rifiuterà categoricamente di pagare qualcosa per il riutilizzo del brano. Procedure quali lo *shaming* e la cattiva reputazione personale potrebbero tenere in qualche modo la situazione entro i limiti del decoro, ma è ovvio che non offrono garanzie assolute. È comunque lecito supporre che solo un numero limitato di brani verranno eseguiti anche da altri. La maggior parte delle composizioni non sono abbastanza famose da far temere che altri musicisti vogliano suonarle. Per altro ciò non dipende in alcun modo dalla qualità di una composizione. Se, nonostante tutto, qualche musicista dovesse inserire un brano altrui nel proprio repertorio senza pagare, il compositore originale, ancora una volta, acquisisce comunque maggior notorietà, migliorando la propria posizione nel mercato, con tutti i vantaggi economici che ne conseguono.

Molte imprese utilizzano la musica per le proprie finalità commerciali e si ha l'impressione che queste pratiche, una volta abolito il copyright, saranno ancora più vantaggiose. Ma la questione non è così semplice. L'azienda in questione vorrà distinguersi dalla concorrenza con qualcosa di speciale, per esempio con una certa melodia. In questo caso non avrebbe senso scegliere un brano già utilizzato da altri. Viceversa non bisognerà neppure temere che brani scritti appositamente per una certa azienda, vengano poi ripresi anche da altre entità commerciali.

Capiterà spesso che, ad esempio, un'orchestra o un ensemble non abbiano i mezzi sufficienti per pagare congruamente un compositore. Nel capitolo precedente abbiamo già

sostenuto la necessità di generosi sovvenzionamenti da parte delle strutture pubbliche. Per garantire la qualità e il progresso dell'arte è infatti essenziale avere un flusso costante di composizioni nuove e originali. Il lavoro e l'impegno dei compositori contemporanei, in tutti i generi musicali, dimostrano di produrre un effetto molto incoraggiante sull'intera vita musicale all'interno della società.

IL CINEMA

In alcuni Paesi, per lo più europei, si possono ancora produrre film di varia tipologia, spesso grazie a sovvenzioni e altri mezzi, come i festival finanziati dalle amministrazioni locali. Purtroppo la maggior parte delle pellicole raggiunge un pubblico piuttosto limitato, essenzialmente nel Paese d'origine. Sembra quasi lecito dire che i film europei non viaggino più, è raro che prodotti del genere varchino il confine.

In molte parti del mondo i mercati sono dominati dalle produzioni hollywoodiane. Ciò è dovuto, fra l'altro, all'integrazione verticale nel percorso che va dalla produzione alla fruizione, che può essere strutturale (cioè, con diverse aziende riunite sotto un'unica proprietà), ma anche generata di volta in volta da voluminosi contratti di fornitura e acquisto, oppure tramite partecipazioni agli investimenti. Un fattore importante è legato, ovviamente, anche alle enormi campagne di marketing a livello mondiale, cui si è fatto cenno.

Quali clamorosi sviluppi potremmo aspettarci se le nostre proposte diventassero realtà? Una situazione già illustrata riguarda l'improbabilità che vengano ancora prodotti mega-

film di cassetta. Privo dello scudo protettivo del copyright, senza il controllo del mercato e la possibilità di un marketing pressante, gli investitori avranno poca voglia di rischiare.

In realtà per i film di cassetta, la percentuale di successo è scarsa: solo un film su dieci rende davvero bene. La nostra previsione è che tale media si alzerà a quattro film su dieci. Come per i libri, i pochi film *best-seller* lasceranno il posto a svariati *well-seller*. Con la sostanziale diminuzione del rischio legato alla produzione cinematografica, non si renderà più necessario l'attuale livello di concentrazione delle strutture produttive. I grandi studi cinematografici potranno e saranno sostituiti (grazie alla legislazione antitrust) da strutture di dimensioni più modeste, da aziende di medie e piccole dimensioni. Dal punto di vista economico ciò rappresenta una trasformazione formidabile, pur se forse meno eclatante di quanto si possa pensare, visto che fra l'altro i tempi d'oro dei grandi *studios* di Hollywood sembrano volgere al termine.

In pratica verranno prodotti due tipi di film: quelli che costano un paio milioni di dollari o euro, o forse leggermente di più, e altri dal budget assai limitato, fra i ventimila e i settantamila dollari o euro. Come possono rientrare delle spese le due tipologie di pellicole?

La realtà ci impone di riconoscere che i produttori di film costati qualche milione di dollari o euro non potranno recuperare in breve il loro investimento. A mutate condizioni di mercato ciò potrebbe anche accadere (non si tratta infatti di cifre altissime per un mercato dove non operano aziende dominanti), ma non possiamo ancora darlo per scontato. Comunque, per citare un esempio, solo in Europa vivono

centinaia di milioni le persone, e altrettanti potenziali spettatori. Si tratta solo di organizzare meglio la distribuzione sul continente rispetto alla situazione attuale. La Commissione Europea potrebbe svolgere un ruolo di sostegno in questo senso. Per la precisione, in base al Trattato di Amsterdam, si tratta esplicitamente di uno dei compiti del governo dell'Unione Europea. Un altro elemento importante è, lo ripetiamo, che dal mercato sono scomparsi le grandi pellicole di cassetta. Vi sarà quindi maggiore spazio, e più curiosità, per film di tipologie assai diverse. È pertanto probabile che i finanziatori riescano a rientrare più facilmente degli investimenti fatti.

Nel caso dei libri e della musica abbiamo visto come siano realizzabili diverse situazioni in cui artisti e produttori possano, concretamente e senza troppi rischi, recuperare quanto investito e anzi ricavare un discreto utile. Nel caso dei film che oggi si trovano nel segmento medio, il rischio che vengano bellamente copiati e svaniscano le possibilità di guadagno per cineasti e produttori rimane ancora troppo elevato. Dobbiamo ammettere che trovare una soluzione a questo problema è stato il compito più arduo di tutta la nostra ricerca, e siamo pronti a sostituire le nostre conclusioni con una proposta migliore.

Se è effettivamente così facile copiare un film (mentre è probabile che per arrivare a qualche guadagno sia necessario un certo lasso di tempo), la soluzione è una sola: inizialmente il film dovrebbe avere un *lead time* protetto, cioè un periodo di vantaggio sul mercato rispetto agli altri. In altre parole, un breve arco di tempo in cui il prodotto cinematografico

possa essere presentato e sfruttato senza interferenze o quasi, in forma esclusiva, sul mercato.

Perché ciò si renderebbe necessario? Se il film non può essere sfruttato per un determinato periodo senza interferenze altrui, è probabile che nessuno oserà più correre il rischio di produrre una qualsiasi pellicola. In questo modo le sale cinematografiche e le emittenti televisive non avranno più nulla da proporre. La conseguenza sarà la spinta di certi soggetti interessati a regolare il mercato in modo da mantenere un flusso costante di produzioni.

È pensabile che le parti coinvolte stipulino tra loro degli accordi in merito, relativi all'ambito del diritto privato o di quello pubblico; la scelta dipenderà dalle consuetudini legali di un determinato Paese. Si potrebbe ad esempio concordare un pagamento per l'utilizzo del film, firmando un contratto esclusivo che escluda terze parti. Tale accordo potrà avere validità semestrale, dopodiché la pellicola sarà liberamente disponibile. Si può anche immaginare una scadenza variabile a seconda del tipo di film.

L'accordo verrebbe approvato in base a un obiettivo chiaramente definito: assicurarsi che vi sia un'offerta sufficiente nella categoria dei film più elaborati. Ciò risponde a un interesse sociale comune, ossia avere a disposizione una grande varietà di film in questo segmento. Anche il pubblico è direttamente interessato, poiché vuole operare scelte regolari tra la nuova offerta di pellicole.

Non sorprenderà ammettere di aver meditato a lungo per capire se la nostra proposta potesse o meno venire etichettata come copyright. La risposta a cui siamo arrivati è no, e pos-

siamo indicare alcune differenze apprezzabili. La prima è l'assenza di un proprietario in grado di impedire che il film venga modificato, ed è una differenza fondamentale. Nella nostra idea, il materiale utilizzato nel film potrà essere riorganizzato a piacimento, il *remix* è libero. Nel mondo del copyright una simile sfrontatezza sarebbe l'equivalente di una bestemmia in Chiesa. Noi siamo più portati a incoraggiare l'adattamento, e il nuovo film modificato potrà a sua volta essere inserito nell'accordo fra i produttori da una parte e le sale cinematografiche e le emittenti televisive dall'altra.

Questa è la prima grande differenza in assenza del diritto d'autore. La seconda risiede nel fatto che, in base al nostro approccio, chiunque sarà libero di mostrare la pellicola in qualunque situazione. Nella sfera del copyright il proprietario ha un forte potere decisionale sulle condizioni di proiezione. Invece nella nostra visione questo diritto di veto non esiste.

Chi non condivide tale opinione potrebbe obiettare che si crea comunque una situazione esclusiva, sebbene di breve durata. E ciò non somiglia forse al diritto d'autore? Secondo noi la risposta è nuovamente negativa, ma su questo punto sarebbe opportuno un dibattito approfondito. Non bisogna dimenticare che in un simile scenario non solo è stato abolito il diritto d'autore, ma si è anche trasformato il mercato in un *level playing field*, cambiamento altrettanto radicale.

È quasi impensabile che si possa impedire la circolazione dei film nel circuito digitale. A tale riguardo, come si è detto, i veri estimatori rispettano il regista ed è probabile che siano disposti a pagare, mentre altri ne approfitteranno più facilmente.

L'esecuzione tecnica dell'accordo da noi immaginato, basato sul diritto privato o pubblico, non deve necessariamente essere complessa. Al centro viene a trovarsi una *clearing house* (un fondo di compensazione e garanzia): si suddividono i film in diverse categorie in base al loro costo e al tipo di sale cinematografiche o emittenti televisive a cui sono destinati. Il calcolo dell'importo da pagare e la relativa attuazione sono fasi relativamente semplici.

Naturalmente c'è ancora da ragionare parecchio su come questi accordi possano funzionare a livello internazionale. Si può ipotizzare un sistema di calcoli di compensazione. In base alle nostre previsioni, i film inizieranno a viaggiare tra i vari Paesi più di quanto non avvenga al momento; del resto non vi saranno più produzioni presentate in contemporanea ovunque nel mondo tramite un marketing martellante. Ciò potrebbe garantire un'apertura verso altri tipi di culture cinematografiche.

Inutile dire che sia la produzione sia la presentazione saranno completamente digitalizzate, il che dà alle sale la possibilità di avere programmazioni molto più tematiche, né sarà più necessario aspettare le copie disponibili. I produttori non dovranno più fare i conti al centesimo per decidere quante copie mettere in circolazione; ora il numero può essere infinito. Viceversa non bisognerà più temere che ci sia un solo produttore integrato verticalmente con centinaia, se non migliaia, di sale e che – grazie alla digitalizzazione – potrà proporre sul mercato dei film di cassetta ancora più facilmente di quanto non accada oggi. All'interno del nostro modello, come si è detto, una simile integrazione verticale non esisterà più.

In precedenza abbiamo indicato sommariamente come, almeno in Europa, parecchi film con un budget di un paio milioni di euro possano essere realizzati solo grazie a contributi originati da sovvenzioni. Se le nostre proposte dovessero avere l'esito sperato (cosa che riteniamo possibile), nelle rinnovate condizioni di mercato salirebbe il numero delle pellicole destinate a un saldo positivo. In questi casi non ci sarà più bisogno di sussidi. Ciò non toglie che i governi debbano tenere alto il livello d'attenzione: vi saranno sempre determinati generi cinematografici che sul mercato (anche trattandosi di un terreno di gioco livellato) non realizzeranno grandi utili. Se riteniamo di non dover rinunciare alla diversità, è auspicabile che questo tipo di pellicole vengano comunque prodotte con il supporto di varie sovvenzioni. Siamo perfettamente consapevoli del fatto che nei Paesi poveri esista un margine assai minore per offrire un sostegno del genere. Forse è già tanto, ad esempio, poter finanziare la struttura di un festival. Già questo testimonierebbe dell'attivo coinvolgimento della società nello sviluppo del proprio settore cinematografico. Del resto la normalizzazione del mercato, e anche del cinema, porta a condizioni migliori per i cineasti locali.

Si è già detto come, una volta scomparsi i grandi film di cassetta, verranno a prodursi due categorie di film e abbiamo analizzato le opportunità (favorevoli) per le pellicole dal costo di pochi milioni di dollari o euro. Un'altra categoria che si va rapidamente affermando è quella dei film con costi pari a poche decina di migliaia di euro o dollari. Gli strumenti di registrazione diventano sempre più economici, mentre la

qualità migliora costantemente. Un esempio fra tanti è il film *Love Conquers All* della regista malese Tan Chui Mui, che ha ricevuto il Premio Tigre d'oro al Festival Internazionale del Cinema di Rotterdam nel 2007. Il film è costato circa ventimila euro e non è un'eccezione: in Nigeria ogni anno vengono prodotte migliaia di pellicole con budget equivalenti.

Naturalmente parliamo di un cinema diverso rispetto a quello a cui siamo abituati. Ma i nostri standard vanno rivisti: nel mondo vi sono milioni di persone che apprezzano simili pellicole, e che non conoscono strutture narrative diverse da quelle che si sviluppano all'interno di questo genere. Il contesto della proiezione è diverso, così come è diverso il modo in cui il film viene apprezzato o bocciato. È chiaro che per il produttore le caratteristiche del rischio assumono altre dimensioni. Attori e tecnici possono ricevere un pagamento unico per i propri contributi oppure decidere di partecipare ai rischi finanziari, e in tal caso il loro introito dipende dal successo del film. C'è ovviamente da sperare che ricevano informazioni attendibili sul reale andamento della pellicola. Per questa tipologia di film si sviluppano diversi modelli economici. In Nigeria un produttore lavora in genere su parecchi film all'anno, contemporaneamente e in successione. Una pellicola viene girata e montata in poche settimane. Il produttore ha a disposizione una rete di distributori in tutto il Paese che in pochi giorni vendono decine di migliaia (a volte anche centinaia di migliaia) di video. Questo scenario offre al produttore un certo *lead time*, un vantaggio temporale, su un potenziale *free rider*.

Nella nostra filosofia, una rete di distribuzione verticale –

più o meno integrata – finirebbe per somigliare troppo a un predominio di mercato. D'altro canto c'è da dubitare che ciò possa verificarsi di fatto. Esistono numerosi offerenti con una propria rete di distribuzione i quali, se necessario, sono pronti a farsi una concorrenza spietata. Del resto, dopo poche settimane il film non riscuoterà più il benché minimo interesse. Il mercato sarà ormai saturato dalla presenza di una varietà di nuovi film, spesso già preannunciati nei film precedenti. In questo modo diventano come degli episodi all'interno di un più ampio svolgimento narrativo (peraltro non pianificato in anticipo). Spesso i film reagiscono ai problemi del giorno, e a loro volta vi contribuiscono.

Il finanziamento di questi film a basso costo può essere realizzato anche grazie al *crowd funding* (Howe 2008: 254). Gli appassionati del genere (o *believer*, per usare la definizione di SellaBand) contribuiscono alla raccolta dei fondi necessari. Per riuscire in questo intento, un regista deve costruirsi una buona reputazione. Un film può essere commercializzato tramite reti di vendita sull'esempio della Nigeria, ma – qualora non siano già attive – crearle da zero può rivelarsi davvero un lavoro enorme, anche se ovviamente ci sono sempre più festival ed analoghi eventi che rappresentano i luoghi ideali per la vendita. Su Internet le opportunità commerciali sono migliori, nella speranza che gli appassionati siano disposti a pagare perché si sentono coinvolti nel progetto del regista. Nel caso in cui il regista provi ad affermarsi grazie a YouTube, MySpace e siti analoghi, si possono realizzare ottimi guadagni perché si partecipa ai proventi della pubblicità che circonda il prodotto.

ARTI FIGURATIVE, FOTOGRAFIA E DESIGN

In genere si tende a pensare che le concentrazioni di potere nei settori culturali riguardino essenzialmente il settore dei media audiovisivi, del cinema, della musica e dei libri. Non bisogna tuttavia dimenticare come anche nelle arti figurative e nel mondo del design e della fotografia il potere decisionale sia spesso concentrato nelle mani di pochi. Si pensi alle grandi case d'aste Christie's e Sotheby's, oppure ai grandi studi di design attivi a livello mondiale, o ancora ai network di gallerie prestigiose e ai loro legami con musei, acquirenti e collezionisti istituzionali.

La questione che va affrontata seriamente è se si tratti o meno di una forma di predominio sul mercato che impedisca ad altri soggetti di operare sul terreno di gioco con pari opportunità. Un primissimo requisito è quello che i settori figurativi acquistino maggiore trasparenza. Quali i legami orizzontali e verticali – formali o informali, concordati ogni volta per contratto – che si possono osservare? È necessario intervenire in qualche modo? Sappiamo fin troppo bene come si tratti di un ambito difficile da controllare, anche per via delle modalità commerciali poco chiare adottate (Stallabrass 2004: 2,3).

Eppure qui è in ballo l'interesse pubblico, un ambito dove non va ostacolato l'accesso al mercato tramite l'intervento di forze dominanti; la varietà di opere e stili, originata da una grande diversità di imprese, deve potersi avvalere di opportunità concrete. Anche le estreme differenze di prezzo per le varie opere non hanno alcuna ragion d'essere. Non sarebbe fuori luogo, dal punto di vista sociale e culturale, se il forte

dislivello nei ricavi che caratterizza questo settore venisse notevolmente appianato. Ma è ovvio che non bisogna vedere fantasmi dove non ne esistono. Per questo, come si è detto, un primo requisito è l'approfondita ricerca delle posizioni di mercato e il relativo comportamento nei diversi segmenti dei singoli settori figurativi.

In prima istanza, la regolamentazione del mercato delle arti figurative e del design – tramite l'applicazione di certi aspetti della normativa sulla concorrenza e delle disposizioni sulle proprietà – riveste un ruolo ben più importante rispetto alla questione del copyright. Un'opera figurativa e grafica viene infatti potenzialmente venduta sul mercato. Se questo è un terreno di gioco dalle opportunità abbastanza eque, domanda e offerta si equilibrano e i prezzi tendono più o meno a "normalizzarsi", non sono cioè né esorbitanti né troppo bassi.

Solo una volta effettuate le transazioni, nella situazione attuale, si pone la questione del diritto d'autore. Prenderemo in esame diversi momenti, cercando di capire se tale strumento sia realmente necessario. Per prima cosa pensiamo al cosiddetto *droit de suite*, il diritto sulle vendite successive applicato in alcuni Paesi affinché l'artista originale partecipi al plusvalore generato dalla commercializzazione di una sua opera. La filosofia alla base di tale principio è che gli artisti ancora sconosciuti spesso vendono le proprie opere a basso prezzo, ma una volta divenuti famosi non guadagnano alcunché dalle ulteriori rivendite.

Questo sistema dà adito a diverse obiezioni. La prima è che alcuni Paesi rifiutano di implementare tale procedura, ren-

dendoli più allettanti per il commercio rispetto a quelli che invece la applicano. Di conseguenza nelle nazioni in cui vige il sistema del *droit de suite* il commercio di opere d'arte è più fiacco. Per molti artisti ciò non rappresenta un'evoluzione vantaggiosa: laddove le loro opere potrebbero essere vendute non girano grandi somme di denaro.

È inoltre alquanto probabile che un artista le cui opere vengano rivendute a cifre elevate sia a quel punto così famoso da poter vivere tranquillamente del proprio lavoro. Le somme ingenti pagate per opere precedenti contribuiscono ad accrescerne la notorietà ed è immaginabile che ciò porti a maggiori vendite nel presente. Non paghiamo certo una somma supplementare a un mobiliere o a un architetto se le loro produzioni dovessero essere rivendute a caro prezzo. Ma sappiamo bene che in genere la loro posizione di partenza è molto diversa da quella di tanti altri artisti. Per questo un principio come il *droit de suite* è di per sé un'idea sostenuta da molti, non senza buone ragioni.

Del resto, l'idea e il sistema del *droit de suite* sono nati ai tempi in cui le opere d'arte venivano scambiate per cifre esorbitanti mentre l'artista era ancora in vita. Come si è appena detto, una volta che il mercato avrà raggiunto la normalizzazione – come da noi auspicato – tutto ciò farà parte del passato. Oltretutto nell'autunno del 2008 la crisi economica ha già fatto crollare i prezzi, e questo nel giro di poche settimane.

Per il resto, l'aspetto morale del diritto d'autore riveste un ruolo significativo nei settori figurativi. Sarà forse un problema se verrà abolito? Per le nostre riflessioni in merito, ci basia-

mo chiaramente sulle analisi dell'economista culturale Bruno Frey (Frey 2004). Innanzitutto, in passato, e ancora oggi in numerose culture, la copia o l'imitazione di un'opera d'arte è stata un'attività totalmente accettata. Si trattava di una pratica istruttiva per gli artisti e significativa del fatto che la riproduzione dell'originale soddisfacesse una domanda. Il pubblico pagava, e lo fa tuttora. Le imitazioni fanno arrivare l'immagine originale alla portata di molti, quei molti che altrimenti non potrebbero permettersi tali opere.

L'artista ne guadagna in notorietà, e le sue nuove opere potranno essere vendute a prezzi maggiorati. Non è difficile immaginare come il profitto possa aumentare man mano che l'imitazione sia migliore e venga esplicitamente legata al nome dell'artista originale. Un altro aspetto positivo della copia è il suo contributo alla formazione di capitale artistico: è il mezzo per eccellenza con cui gli artisti possono imparare il mestiere. Oltretutto, la copia e l'adattamento mantengono vivace e creativo l'intero settore. Proseguire l'opera dei predecessori apre spazio alla sperimentazione e a nuova creatività. Ad esempio il divieto del *sampling*, imposto dal copyright, ha reso più noiosa parecchia musica (Vaidhyathan 2001. 141-145).

Ovviamente le buone imitazioni creano anche una certa confusione: difficile dire se sia stato acquistato l'originale o una copia. In molte culture si tratta di una questione del tutto priva di senso. Un'opera piace oppure no, non c'è discussione. Comunque una risposta a tale quesito (chiaramente pressante, agli occhi di noi occidentali) è che bisogna prestare maggiore attenzione. Se una persona credeva di avere in

casa un originale e scopre che si tratta di un'imitazione, l'opera diventa forse d'un tratto meno bella? Un vantaggio accessorio dell'eventuale confusione è il possibile contributo a far scendere drasticamente i prezzi esorbitanti del mercato dell'arte. Del resto non si ha mai la certezza assoluta di aver acquistato l'originale. E va considerata una vera benedizione per l'umanità se un artista è in grado di copiare in modo magistrale uno dei *Girasoli* di Van Gogh. Così non ne avremo uno solo, bensì molti. Di un'opera di tale bellezza non ci sono mai abbastanza copie.

Consideriamo tuttavia ingiusto, nel caso di un'imitazione, suggerire che un certo artista abbia prodotto una determinata opera mentre non è vero. Un esempio: un artista dipinge un quadro che ricorda l'opera di Paul Klee, ma non un dipinto esistente di Klee. In una situazione del genere andrebbe specificato che il quadro è basato sull'opera di Paul Klee, ma che quest'ultimo non ha mai realizzato tale dipinto. Chi contravviene a questa regola basilare, a nostro avviso, commetterebbe un atto illecito e siamo curiosi di sapere se un giudice potrebbe darci ragione.

Un altro caso da analizzare è il concreto danneggiamento di un'opera d'arte figurativa già esistente. Proviamo a chiarire il nostro pensiero con un esempio concreto. Il 19 luglio 2007, l'artista Rindy Sam ha baciato un quadro completamente bianco di Cy Twombly esposto alla Collezione Lambert di Avignone. Non certo casualmente, Rindy Sam si era messo sulle labbra del rossetto rosso fuoco, modificando così in maniera sostanziale la tela bianca. La sua prima spiegazione è che si era trattato di un gesto d'amore: il quadro chie-

deva di essere completato ("Le Monde", 28 luglio 2007). Per quanto possa apparire un gesto creativo e ispirato, ciò non toglie che il quadro abbia subito un grave danno e forse non potrà mai essere pienamente restaurato. Chi modifica, ad esempio, un testo o una melodia non compromette l'originale, ma la situazione è diversa quando c'è di mezzo un'opera unica come un quadro. Per questo riteniamo che, qualora si voglia rivolgere una critica, diciamo all'incompiutezza di un'opera (credendo di migliorarla con un'impronta di labbra rosse), non ci sia altra strada che dipingere da capo il quadro ma stavolta con l'impronta del rossetto. Poi si potrà indicare, nello specifico, che tale opera si sia ispirata a un determinato dipinto di Cy Twombly.

Come comportarsi nel caso di riproduzioni di opere figurative sotto forma di cartoline o in formato più grande? Di per sé, una volta abolito il diritto d'autore, non vi sono ostacoli a una pratica del genere. Ancora una volta, però, va tenuto presente come l'imprenditore che svolge una tale attività non sia più una forza dominante sul mercato, né potrebbe esserlo, e sa di essere circondato da molti altri che, a loro volta, potrebbero riprodurne e venderne le opere. È importante sviluppare una filosofia per cui il pagamento di un importo a un artista, per un determinato periodo, faccia parte della corretta pratica commerciale e l'omissione venga punita con un grave danno alla reputazione. Di nuovo, nella situazione attuale si tratta di un'ipotesi quasi impensabile. Chissà come ciò potrebbe modificarsi nella comune percezione della gente e nei loro comportamenti, una volta aboliti gli strumenti giuridici d'imposizione?

Quanto illustrato finora è rilevante nel caso, ad esempio, di loghi aziendali o confezioni di prodotti? Siamo convinti di sì. Scopo di simili mezzi è quello di contraddistinguere certe attività commerciali da altre. Ora che il copyright non esiste più, in teoria chiunque altro potrebbe usare un logo già esistente. Ma non ci sembra una mossa astuta, perché in tal modo non ci si distinguerebbe dagli altri. Oltretutto altre venti o trenta aziende potrebbero utilizzare il logo di una determinata impresa, e ciò riduce il rischio che un'azienda imiti il logo di un'altra. Tuttavia non escludiamo al cento per cento che una tale situazione possa effettivamente verificarsi.

Sarebbe forse un fatto tanto deplorabile? In noi si fa strada il pensiero che l'eventualità di un rischio simile non sarebbe un grosso problema. Oggigiorno nel giudicare un prodotto ci facciamo fortemente condizionare dal logo aziendale. E non è detto che sia un atteggiamento sensato. Esercitando una maggiore riflessione personale, potremmo diventare maggiormente critici rispetto alla vera natura di un prodotto, al processo di realizzazione e al modo in cui ci viene proposto. La nostra "logo-dipendenza" potrebbe benissimo ridimensionarsi a beneficio di un giudizio personale, basato su un'analisi pertinente.

In questo capitolo, servendoci di brevi casi esemplificativi, abbiamo cercato di tracciare il quadro del funzionamento dei mercati in un mondo senza copyright e senza forze dominanti di qualunque tipo. È ovvio che si tratta di un esercizio dal carattere fortemente pretenzioso, ma altrettanto chiara è la nostra modestia riguardo le conclusioni

raggiunte. Si tratta di offrire degli spunti dal duplice obiettivo. Per prima cosa, siamo in grado di osservare con distacco le certezze che attualmente ci circondano? S'intravede una qualche prospettiva concreta? E in secondo luogo, la nostra interpretazione dei casi di studio proposti potrà servire, insieme ad altrettante ipotesi di lavoro, come base per ulteriori ricerche future.

CONCLUSIONE

DUBBI CRESCENTI

È ovvio come non sia un'illuminazione improvvisa quella che ci ha portato a proporre l'abolizione del diritto d'autore e delle posizioni di predominio sui mercati culturali. Le nostre riflessioni in merito sono il risultato di un lungo processo d'incubazione, che in parte procede di pari passo con i dubbi espressi già da molti su certe inadeguatezze del copyright per il XXI secolo. Ma c'è una differenza. Abbiamo posto ad alta voce la seguente domanda: cosa accadrà se questo strumento non dovesse più esistere? E ben presto abbiamo capito come riflettere (e agire) in questa direzione abbia senso solo qualora vengano riviste anche le relazioni di mercato. È forse questa la piega più azzardata della nostra ricerca, non tanto la proposta di sbarazzarci del diritto d'autore. La crisi economica e finanziaria che dall'autunno del 2008 imperversa in tutto il mondo può avere il vantaggio di riportare l'attenzione sugli aspetti relativi a una nuova organizzazione dei mercati. Non è comunque qualcosa che possa concretizzarsi da sola. Una condizione essenziale è il coraggio politico, ma ancor prima c'è bisogno di moltissimo lavoro intellettuale. La nostra facoltà immaginativa va nutrita proprio di quelle possibilità che possono apparire impensabili. Sono necessarie analisi serie per comprendere le motivazio-

ni che spingono a modificare le condizioni preposte a produzione, distribuzione, promozione e fruizione di ogni genere artistico, e il modo in cui tutto ciò dovrebbe manifestarsi. Quanto da noi discusso nei capitoli precedenti è un modesto contributo a questo progetto. Saremmo ben lieti di vedere le nostre tesi e soluzioni messe seriamente in discussione e fungere da base di partenza per ulteriori indagini.

UN PARAGONE CON ALTRI DIRITTI DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Nel corso di questo studio ci siamo chiesti se quanto da noi proposto per il copyright potesse avere un senso anche per altri diritti di proprietà intellettuale. E pur se non ci fossimo posti questa domanda, forse qualcuno sarebbe stato comunque curioso di conoscere la nostra risposta. Ebbene, è ovvio come in questa sede siano stati approfonditi di meno gli ambiti in cui, ad esempio, si applicano brevetti, marchi commerciali e privative per ritrovati vegetali. Di seguito presentiamo le nostre riflessioni provvisorie sulla base di alcuni esempi, poiché abbiamo chiare indicazioni per ritenere che anche altri diritti di proprietà intellettuale siano più un ostacolo che una risorsa per uno sviluppo sociale equo ed efficace.

L'esempio classico è naturalmente quello del software libero. C'è parecchia gente, ovunque nel mondo, che fa buoni (se non ottimi) affari creando applicazioni tagliate su misura per le necessità dei clienti. Grazie a progetti collettivi, tale software viene migliorato costantemente. Per la società nel

suo insieme rappresenta una pratica assai utile, e singoli individui possono trarne profitto.

Un altro esempio illuminante è come l'industria della moda non s'interessa quasi più del copyright. La lotta alle imitazioni è un compito impossibile. Conta di più ottenere un vantaggio concorrenziale, essere i primi sul mercato, i *first mover*. Tuttavia un aspetto a cui quest'industria rivolge grande attenzione è l'abuso del marchio commerciale da parte di terzi. Per quanto ci riguarda, anche questa forma di protezione sarebbe superflua, come del resto nel capitolo precedente abbiamo ridimensionato il diritto di proprietà sui loghi aziendali. In questo modo i clienti non hanno più come punto di riferimento per i propri acquisti il marchio commerciale, ad esempio, di una linea di moda. È vero, il rovescio della medaglia è che i consumatori dovranno prestare maggiore attenzione alle qualità intrinseche della merce acquistata. Per la quale diventeranno rilevanti domande del tipo: come viene prodotta, in quali circostanze, ha un impatto positivo o negativo sull'ambiente, com'è arrivata fino a noi? Il brevetto è un altro dei diritti di proprietà intellettuale la cui data di scadenza, a nostro parere, va avvicinandosi sempre più. Come nel caso del copyright, ne è stato fatto un uso smodato. Moltissime conoscenze, acquisite in gran parte grazie agli sforzi collettivi della società, sono state privatizzate. Ciò che viene scoperto deriva infatti da processi di sviluppo della conoscenza in cui abbiamo investito – in senso letterale e metaforico – tutti noi. Grandi imprese e società d'investimento collezionano brevetti di grosse fette o minuscoli frammenti di conoscenza. Chi provi a utilizzarli sa

comunque di potersi aspettare lettere di avvocati e pesanti sanzioni pecuniarie, e su questa scia elevati costi di transazione. I diversi procedimenti legali e l'adozione di sistemi di sicurezza gravano pesantemente sull'intera società.

Il tutto diventa ancora più assurdo se ci rendiamo conto come vengano concessi, ovvero acquistati, un numero sempre maggiore di brevetti relativi a conoscenze in circolazione già da tempo, o per piccole modifiche a prodotti esistenti in cui non si evidenzia alcuna innovazione. Non ci vuole molto per rendersi conto come ormai il sistema sia sfuggito a ogni tipo di controllo.

Per i Paesi poveri, il vigente sistema dei brevetti presenta benefici ancor minori. Gran parte delle conoscenze necessarie al loro sviluppo è nelle mani di proprietari di brevetti con sedi nel mondo industrializzato. Amara constatazione: fino a pochi secoli addietro, tutte le conoscenze esistenti erano liberamente disponibili e i Paesi occidentali hanno potuto utilizzarle per la propria evoluzione. Oggi invece quasi tutte le conoscenze necessarie ai Paesi poveri o molto poveri sono blindate dai brevetti, rendendo loro estremamente arduo, se non impossibile, il compito di svilupparsi. Per non parlare delle conoscenze trafugate in queste nazioni da aziende dei Paesi industrializzati, che poi procedono a brevettarle a loro volta, argomento questo già affrontato nella nostra trattazione.

Un ulteriore aspetto che danneggia la reputazione dei brevetti è che si possono stabilire diritti di proprietà intellettuale anche su organismi viventi, ad esempio il nostro DNA, i geni, il sangue, i semi, il cibo. Non è forse scandaloso? Gli organi-

smi viventi sono essenziali per la nostra stessa esistenza e sopravvivenza. Non è possibile risparmiare tali pilastri della vita, senza privatizzarli, mantenendoli a disposizione della collettività? Quale stortura ha permesso alla commercializzazione di attecchire anche in questi ambiti, senza che la gente vi si opponesse in massa? Come siamo finiti a credere che la proprietà possa essere una categoria senza confini?

Per la maggior parte delle piccole e medie imprese il sistema dei brevetti non è di grande utilità. Qualora volesse ottenere un brevetto, un'azienda deve rendere noto al pubblico, quindi anche ai (potenziali) concorrenti, il "segreto" che rappresenta l'essenza di quanto viene brevettato. Richiedere un brevetto è una procedura costosa e complessa, come lo sono anche i procedimenti legali nei confronti di imprese che dovessero violarli. In aggiunta, la maggior parte delle innovazioni ha vita breve. Tutto ciò non incoraggia le piccole e medie imprese a impegnarsi a fondo per ottenere dei brevetti. Carlos Correa giunge infatti alla conclusione che le grandi aziende siano meglio attrezzate sotto il profilo tecnico ed economico per ottenere e imporre diritti di proprietà intellettuale, sia sul mercato domestico che su quello estero. Sono queste a farsi carico della stragrande maggioranza di richieste e concessioni di brevetti. Per loro tale sistema si rivela estremamente proficuo (2004: 223,4).

Da ciò si dipana una lunga serie di motivazioni in base alle quali anche i brevetti dovrebbero essere considerati meno scontati di quanto spesso non si supponga. Prendiamo, ad esempio, le industrie farmaceutiche. L'argomento a cui spesso ricorrono queste ultime è che i brevetti sono necessari per

tutelare i grandi investimenti nel campo della ricerca, per lo sviluppo di nuovi farmaci e per coprire i costi degli insuccessi in cui incorrono. Sembrerebbe un ragionamento logico. Eppure vale la pena analizzare a fondo quest'argomento. Da subito si capisce che noi, come cittadini, finanziamo già questa ricerca. È quindi il nostro denaro a essere investito. Quando andiamo in farmacia, infatti, paghiamo un importo che corrisponde a tre voci. Una minima parte copre l'effettiva produzione del farmaco. In secondo luogo il prezzo include un'ampia cifra per il marketing. Da alcuni studi è risultato che tale somma è il doppio dell'importo destinato a ricerca e sviluppo, che rappresenta la terza voce nel prezzo pagato in farmacia. L'industria può anche affermare di aver bisogno di brevetti per giustificare gli alti investimenti, ma si fa fatica a mandar giù il fatto che una parte considerevole dell'importo pagato in farmacia venga destinato al marketing delle ditte farmaceutiche (Gagnon 2008: 32).

E c'è un'altra cosa strana da tenere a mente. Diamo i nostri soldi alle industrie farmaceutiche, ma non abbiamo voce in capitolo su quali siano i farmaci da sviluppare e per quali malattie. Si tratta inoltre di un processo inefficiente: solo una minima parte delle grandi conoscenze accumulate viene adoperata (il resto è tenuto sotto chiave con i brevetti), spesso con la chiara intenzione di non usarla, ad esempio perché bisogna prima sfruttare fino in fondo un farmaco che vende bene. Una grossa fetta degli investimenti che noi cittadini offriamo alla ricerca farmaceutica non viene dunque utilizzata in maniera utile e neppure è disponibile alla collettività.

Dopo aver elencato tutte queste incongruenze, sorge spontaneo chiedersi se lo sviluppo dei farmaci per la nostra salute sia in buone mani quando viene affidato alle grandi industrie farmaceutiche. Non si potrebbe piuttosto elaborare un'alternativa per portare il potere decisionale più vicino alla gente? Crediamo sia possibile. Ma in che modo? Proviamo a immaginare di pagare alla farmacia solo il prezzo effettivo per la produzione del farmaco, dunque una parte di quanto sborsiamo attualmente. Il resto dell'importo (che avremmo dovuto pagare alla farmacia) lo depositiamo in fondi comuni.

La gestione di tali fondi può variare da Paese a Paese, ma a nostro avviso è importante che non diventino servizi statali; bisogna tutelare l'autonomia e l'interesse sociale onde sviluppare una gran varietà di farmaci. Naturalmente una condizione di base è che nella nazione in questione la corruzione sia quasi assente, altrimenti non potrà neppure aversi una società funzionante.

In che modo, ad esempio, sarebbe possibile realizzare una ricerca finanziata con questi fondi? Ipotizziamo che vengano individuate malattie per cui sono necessari dei nuovi farmaci. I laboratori – universitari o privati – potrebbero candidarsi per portare avanti la ricerca. La grandezza dei laboratori può variare a seconda delle necessità delle diverse ricerche. In questo modo le industrie farmaceutiche che dominano il mercato non hanno più ragione d'essere e, grazie alla legislazione sulla concorrenza, possono essere notevolmente ridimensionate.

La scelta rispetto alla priorità delle malattie e ai laboratori viene effettuata da esperti indipendenti del settore medico e

da rappresentanti della società. La cosa ideale sarebbe che la stessa ricerca venisse affidata a due o tre laboratori con approcci diversi, per evitare che un'unica ricerca finisca in un vicolo cieco. Nel corso delle indagini i laboratori si scambiano i dati, e tutte le conoscenze accumulate durante i lavori sono disponibili gratuitamente alla società nel suo insieme. Siamo stati tutti noi, infatti, a fornire un contributo economico alla ricerca. Pertanto quanto proponiamo si rivela non soltanto più legittimo, ma anche assai più efficace del sistema attuale. In un'ipotesi del genere tutte le informazioni sulle malattie e le rispettive cure potrebbero essere utilizzate al meglio. Lo stesso vale per le malattie più diffuse nei Paesi poveri, dove al momento vengono effettuate troppe poche ricerche. Oltretutto il prezzo dei farmaci in queste regioni potrà calare notevolmente. È chiaro che ci sarà bisogno di una sintonia a livello internazionale, con l'Organizzazione Mondiale della Sanità chiamata a svolgere un ruolo cruciale.

Ovviamente non pretendiamo che le nostre proposte siano esenti da peccati. Sono necessarie ancora parecchie riflessioni, ma speriamo che quanto suggerito qui rappresenti una spinta sufficiente per smettere di dare per scontato che la nostra sanità sia nelle mani migliori e nelle uniche possibili, quelle cioè dell'industria farmaceutica.

Esiste un altro motivo per porre un freno al sistema dei brevetti e al prezzo elevato che noi tutti, in quanto individui, paghiamo per i farmaci. Per quanto possa sembrare strano, ci riferiamo alla contraffazione illegale che avviene su larga scala, un'attività alquanto allettante considerati gli elevati

guadagni e il basso rischio. In molti Paesi ci sono laboratori che producono farmaci illegali passando inosservati, oppure che offrono qualche buon introito supplementare a politici, funzionari pubblici e agenti di polizia. Non occorre certo spiegare come questa produzione illegale risulti molto nociva per la sanità pubblica. Nel migliore dei casi i farmaci contraffatti, spesso acquistati su Internet o tramite altri canali oscuri, non hanno alcun effetto. In altri casi sono decisamente pericolosi, o per via della loro composizione o perché assunti senza prescrizione medica. Un farmaco può rivelarsi mortale se preso senza cognizione di causa. Le stime prevedono che nel 2010 questo commercio illegale comporterà un giro d'affari di settantacinque miliardi di dollari (Pugatch 2007: 98,9).

Di fronte a quest'incombente minaccia per la salute pubblica si può agire in due modi. Il primo è estirparla totalmente, anche se forse non siamo gli unici a pensare che sia un compito impossibile. L'altra possibilità è togliere valore all'illegalità. Qualora la nostra proposta dovesse diventare realtà e i brevetti non esistessero più, le farmacie venderebbero i medicinali a cifre non superiori a quello di produzione. Per i potenziali falsari sarebbe finita la festa, vedrebbero andare in fumo il profitto derivante dall'illegalità; applicare un prezzo inferiore a quello di costo non è infatti una prospettiva allettante. La conclusione sorprendente potrebbe essere che l'abolizione del sistema dei brevetti si rivelerebbe una benedizione per la salute pubblica.

UNA MIRIADE DI ARTISTI

In questo capitolo conclusivo, pur parlando di film, musica, libri, teatro, danza, arti figurative e design, siamo passati all'ambito medico della società. Non c'è affatto da meravigliarsi. Se infatti uno dei diritti di proprietà intellettuale non è legittimabile (come risulta dall'analisi sul copyright), viene spontaneo pensare che anche la proprietà esercitata su altre prestazioni intellettuali, e la relativa tutela esercitata, ad esempio, per mezzo dei brevetti, presenti degli aspetti problematici. Del resto, perché l'egemonia di mercato dovrebbe caratterizzare solo il campo della cultura? È un fenomeno che negli ultimi decenni si è manifestato in tutti i settori del commercio e dell'industria, dunque anche in molti altri ambiti disciplinati dai diritti di proprietà intellettuale. E anche qui l'egemonia di mercato rivela aspetti decisamente controproducenti.

Tuttavia – per concludere – l'argomento principale del nostro saggio rimane il desiderio che un gran numero di artisti, e i loro intermediari, possano svolgere un'attività realizzando buoni guadagni; che non vi siano più forze di mercato dominanti a spingere questi artisti ai margini del terreno di gioco, sottraendoli all'attenzione del pubblico; che il pubblico, in base ai propri gusti, possa scegliere indisturbato fra una grande varietà di espressioni artistiche; e infine che il pubblico dominio di conoscenza e creatività artistica non venga privatizzato, ma continui a restare un bene a disposizione dell'intera l'umanità.

BIBLIOGRAFIA

- Abbing 2002, Hans, *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*, Amsterdam (Amsterdam University Press)
- Adelphi Charter 2005, *The RSA Adelphi Charter on Creativity, Innovation and Intellectual Property*, Londra (RSA)
- Alberdingk Thijm 2004, Christiaan, *Auteursrecht tussen auteur, exploitant en consument*, in Huizer 2004, *De toekomst van het auteursrecht*, Amsterdam (raccolta degli atti dell'omonima conferenza), pp. 6-24
- Aldrich, H., e Zimmer, C., 1986, "Entrepreneurship through social networks", in D. Sexton and R. Smilor (a cura di), *The art and science of entrepreneurship*, Cambridge, MA: Ballinger, pp. 3-23
- Anderson 2006, Chris, *The Long Tail. Why the Future of Business Is Selling Less of More*, New York (Hyperion). Trad. it. *La coda lunga. Da un mercato di massa a una massa di mercati*, Codice, Torino, 2007
- Aplin 2005, Tanya, *Copyright Law in the Digital Society. The Challenges of Multimedia*, Oxford (Hart Publishing)
- Bagdikian 2004, Ben H., *The New Media Monopoly*, Boston (Beacon Press)
- Baker 2007, C. Edwin, *Media Concentration and Democracy. Why Ownership Matters*, Cambridge (Cambridge University Press)
- Barber 2004, Benjamin, *Fear's Empire. War, Terrorism, and Demo-*

cracy, New York (W.W. Norton). Trad. it. *L'impero della paura. Potenza e impotenza dell'America nel nuovo millennio*, Einaudi, Torino, 2004

Barthes 1968, Roland, *La mort de l'auteur*, Manteia, no. 5, 4. trimestre 1968. Pubblicato anche in: Roland Barthes, *Oeuvres complètes*, Volume II, 1966-1973, Parigi 1994 (Éditions du Seuil), pp. 491-495. Trad. it. "La morte dell'autore" in *Il brusio della lingua. Saggi critici IV*, Torino, Einaudi, 1988

Baumol 2003, William J., *Applied Welfare Economics*, in Towse 2003, pp. 20-31

Beck 2003, Andrew (a cura di), *Cultural Work. Understanding the Cultural Industries*, Londra (Routledge)

Begley, T., e Boyd, D., 1987, "Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses", *Journal of Business Venturing*, 12, pp. 9-30

Benhamou 2007, Françoise, e Joëlle Farchy, *Droit d'auteur et copyright*, Parigi (La Découverte)

Benkler 2006, Yochai, *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*, (Yale University Press). Trad. it. *La ricchezza della rete: la produzione sociale trasforma il mercato e aumenta le libertà*, EGEA, Milano, 2007

Bently 2004, Lionel, e B. Sherman, *Intellectual Property Law*, Oxford (Oxford University Press)

Bettig 1996, Ronald V., *Copyrighting Culture. The Political Economy of Intellectual Property*, Boulder (Westview Press)

Blakeney 2002, Michael, *Protecting the Cultural Expressions of Indigenous Peoples under the Intellectual property Law. The Australian Experience*, in Grosheide 2002, pp. 151-180

Boldrin 2002, Michele, e Levine David K., *Perfectly Competitive Innovation*, Federal Reserve Bank of Minneapolis, Rapporto del reparto di ricerca 303, marzo 2002

Boldrin 2007, Michele, e Levine David K., *Against Intellectual Monopoly*, <http://dklevine.com/general/intellectual/againstnew.htm>

Bollier 2003, David, *Silent Theft. The Private Plunder of Our Common Wealth*, New York e Londra (Routledge)

Boyle 1996, James, *Shamans, Software, and Spleens. Law and the Construction of the Information Society*, Cambridge MA/ Londra (Harvard University Press)

Brennan 2004, Geoffrey e Philip Pettit, *The Economy of Esteem. An Essay on Civil and Political Society*, Oxford (Oxford University Press)

Brown 2003, Michael F., *Who Owns Native Culture?*, Cambridge, Mass. (Harvard University Press)

Burkart 2006, Patrick, e Tom McCourt, *Digital Music Wars. Ownership and Control of the Celestial Jukebox*, Lanham, Boulder (Rowman & Littlefield)

Casson 1982, Mark, *The Entrepreneur. An Economic Theory*, Oxford (Martin Robertson)

Castells 2001, Manuel, *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society*, Oxford (Oxford University Press). Trad. it. *La galassia Internet*, Feltrinelli, Milano, 2002

Chomsky 1993a, Noam, *Notes on NAFTA*, in Kristin Dawkins 1993, *NAFTA. The New Rules of Corporate Conquest*, Westfield, New Jersey (Open Magazine, Serie Pamphlet), pp. 1-6

Collins 1993, John, *The Problem of Oral Copyright – The Case of Ghana*, in Frith 1993, pp. 146-158

Coombe 1998, Rosemary J., *The Cultural Life of Intellectual Properties. Authorship, Appropriation, and the Law*, Durham e Londra (Duke University Press)

Cooper, A., Woo, C., e Dunkerberg, W., 1988, “Entrepreneurs’ perceived chances of success”, *Journal of Business Venturing*, 3, pp. 97-108

Correa 2000, Carlos M., *Intellectual Property Rights, the WTO and Developing Countries. The TRIPS Agreement and Policy Options*, Londra/ Penang (Zed Books/Third World Network)

Correa 2004, Carlos M., *Do small and medium-sized enterprises benefit from patent protection?*, in Pietrobelli 2004, pp. 220-239

Cowen 1998, Tyler, *In Praise of Commercial Culture*, Cambridge e Londra (Harvard University Press)

Cowen 2002, Tyler, *Creative Destruction. How Globalization is Changing the World’s Cultures*, Princeton e Oxford (Princeton University Press)

Cowen 2006, Tyler, *Good & Plenty. The Creative Successes of American Arts Funding*, Princeton e Oxford (Princeton University Press)

Croteau 2006, David, e William Hoynes, *The Business of Media. Corporate Media and the Public Interest*, Thousand Oaks, Londra, New Delhi (Pine Forge Press)

Daoudi 1996, Bouziane, e Hadj Miliani, *L’aventure du raï. Musique et société*, Parigi (Éditions du Seuil)

Deere 2009, Carolyn, *The Implementation Game. The TRIPS Agreement and the Global Politics of Intellectual Property Reform in Developing Countries*, Oxford (Oxford University Press)

Dess 1984, G.G., e Beard, W.W., “Dimensions of organizational

task environments”, *Administrative Science Quarterly*, 1984, Vol. 29, pp. 52-73

Doherty 2004, Claire (a cura di), *Contemporary Art. From Studio to Situation*, Londra (Black Dog Publishing)

Doyle 2002a, Gillian, *Media Ownership*, Londra (Sage)

Doyle 2002b, Gillian, *Understanding Media Economics*, London (Sage). Trad. it. *Introduzione all'economia dei media*, Hoepli, Milano, 2008

Drahos 2002, Peter, con John Braithwaite, *Information Feudalism. Who Owns the Knowledge Economy?*, Londra (Earthscan)

Drahos 2002a, Peter, e Ruth Mayne, *Global Intellectual Property Rights. Knowledge, Access and Development*, Basingstoke (Hampshire) e New York (Palgrave Macmillan and Oxfam)

Drahos 2005, Peter, *An Alternative Framework for the Global Regulation of Intellectual Property Rights*, Camberra (Centre for Governance of Knowledge and Development)

Dreier 2006, T., e P.B. Hugenholtz, *Concise European Copyright Law*, Alphen aan den Rijn (Kluwer International Law)

Drucker 1993, Peter, *Innovation and Entrepreneurship*, New York (Harper Business). Trad. it. *Innovazione e imprenditorialità*, Etas Libri, Milano, 1986

Dutfield 2002, Graham, *Traditional Knowledge and Folklore*, in Grosheide 2002, pp. 63-99

Edelman 2004, Bernard, *Le sacre de l'auteur*, Parigi (Éditions du Seuil)

Editoriale, *The Economist*, 30 giugno 2005

Fisher 2004, William W., *Promises to Keep. Technology, Law, and*

the Future of Entertainment, Stanford (Stanford University Press)

Florida 2004, Richard, *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*, Londra (Basic Books). Trad. it. *L'ascesa della nuova classe creativa: stile di vita, valori e professioni*, Mondadori, Milano, 2003

Florida 2005, Richard, *Cities and the Creative Class*, New York-Londra (Routledge)

Florida 2005a, Richard, *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent*, New York (HarperBusiness). Trad. it. *La classe creativa spicca il volo: la fuga dei cervelli: chi vince e chi perde*, Mondadori, Milano, 2006

Fombrun 1996, C.J., *Corporate reputation: How Companies Realise Value from the Corporate Brand*, Boston MA (Harvard Business School Press)

Frey 1989, Bruno S. e Werner W. Pommerehne, *Muses and Markets. Explorations in the Economics of the Arts*, Oxford (Basil Blackwell). Trad. it. *Muse e mercanti: indagine sull'economia dell'arte*, Il mulino, Bologna, 1991

Frey 2000, Bruno S., *Art & Economics. Analysis & Cultural Policy*, Berlino (Springer)

Frey 2004, Bruno S., *Some considerations on fakes in art: an economic point of view*, in Mossetto 2004, pp. 17-29

Frith 1993, Simon (a cura di), *Music and Copyright*, Edimburgo (Edinburgh University Press)

Frith 2004, Simon, e Lee Marshal (a cura di), *Music and Copyright. Second Edition*, Edimburgo (Edinburgh University Press)

Frow 1996, John, *Information as Gift and Commodity*, in *New Left Review* 219/1996, pp. 89-108

Fukuyama 1995, Francis, *Trust. The Social Virtues & the Creation of Prosperity*, New York (The Free Press). Trad. it. *Fiducia. Come le virtù sociali contribuiscono alla creazione della prosperità*, Rizzoli, Milano, 1996

Gagnon 2008, Marc-André, e Joel Lexchin, *The Cost of Pushing Pills. A New Estimate of Pharmaceutical Expenditures in the United States*, in PloS Medicine, gennaio 2008, Vol. 5, numero 1 (www.plosmedicine.org)

Gemser 2001, Gerda, e Nachoem W. Wijnberg, *Effects of Reputational Sanctions on the Competitive Imitation of design Innovations*, in Organization Studies 2001, 22/4, pp. 563-591

Germann 2003, Christophe, *Content Industries and Cultural Diversity. The Case of Motion Pictures*, in Culturelink, numero speciale 2002/2003, pp. 97-140, Zagabria

Gerven 2000, W. van, P. Larouche, e J. Lever, *Cases, Materials and Texts on National, Supranational and International Tort Law*, Oxford (Hart Publishers)

Ginsburgh 2006, Victor A., e David Throsby (a cura di), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Amsterdam (Elsevier)

Glenny 2008, Misha, *McMaffia. Crime Without Frontiers*, Londra (The Bodley Head)

Goldstein 2001, P., *International Copyright. Principles, Law and Practice*, Oxford (Oxford University Press)

Gowers 2006, Andrew, *Gowers Review of Intellectual Property*, Londra (HM Treasury)

Graber 2005, Christoph Beat, a.o. (a cura di), *Digital Rights Management. The End of Collecting Societies?*, Berna (Staempfli Publishers Ltd)

Grandstrand 2003, Ove (a cura di), *Economics, Law and Intellectual Property*, Amsterdam (Kluwer Academic Publishers)

Grosheide 2002, Willem, e Jan Brinkhof (a cura di), *Intellectual Property Law. Articles on Cultural Expressions and Indigenous Knowledge*, Anversa (Intersentia)

Hagoort 1993, Giep, *Cultural Entrepreneurship*, Utrecht (Eburon)

Harold 2007, Christine, *OurSpace. Resisting the Corporate Control of Culture*, Minneapolis (University of Minnesota Press)

Hartley 2005, John (a cura di), *Creative Industries*, Oxford (Blackwell)

Hauser 1972, Arnold, *Sozialgeschichte der Kunst und Literatur*, Monaco (C.H. Beck). Trad. it. *Storia sociale dell'arte*, Einaudi, Torino, 2003

Hébert 1988, Robert F., e Albert N. Link, *The Entrepreneur. Mainstream Views & Radical Critiques*, New York (Praeger)

Heins 2003, Marjorie, "The Progress of Science and Useful Arts": Why Copyright Today Threatens Intellectual Freedom", New York (Brennan Center for Justice)

Heller 1985, Agnes, *The Power of Shame. A Rational Perspective*, Londra (Routledge & Kegan Paul). Trad. it. *Il potere della vergogna: saggi sulla razionalità*, Editori riuniti, Roma, 1985

Hemmungs Wirtén 2004, Eva, *No Trespassing. Authorship, Intellectual Property Rights, and the Boundaries of Globalization*, Toronto (University of Toronto Press)

Hesmondhalgh 2002, David, *The Cultural Industries*, London (Sage). Trad. it. *Le industrie culturali*, EGEA, Milano, 2008

Hesmondhalgh 2009, David, *Music, digitalisation and copyright*, in P. Golding and G. Murdock, *Understanding digital dynamics: participation, control and exclusion*, New York (Hampton Press)

Hesmondhalgh 2006a, David (a cura di), *Media Production*, Maidenhead, Berkshire (Open University Press). Trad. it. *Media Production*, Hoepli, Milano, 2007

Hisrich 2002, Robert D. e Michael P. Peters, *Entrepreneurship*, Boston (McGraw-Hill)

Hoskins 2004, Colin, Stuart McFadyen, e Adam Finn, *Media Economics. Applying Economics to New and Traditional Media*, Thousand Oaks e Londra (Sage)

Howe 2008, Jeff, *Crowdsourcing. Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business*, New York (Crown Business)

Hughenoltz 2004, Bernt, *De toekomst van het auteursrecht: DRM met een vriendelijk gezicht*, in Huizer 2004, *De toekomst van het auteursrecht*, Amsterdam (Raccolta di interventi), pp. 25-38

Hurt 1966, Robert M., e Schuchman, Robert M., "The economic rationale of copyright", in *American Economic Review*, Vol. 56, No. 1-2 (marzo 1966), pp. 421-432

Huizer 2004, Erik, *Voorwoord*, in Huizer 2004, *De toekomst van het auteursrecht*, Amsterdam (Raccolta di interventi)

Kahin 2000, Brian, e Hal R. Varian, *Internet Publishing and Beyond. The Economics of Digital Information and Intellectual Property*, Cambridge (The MIT Press)

Keat 2000, Russell, *Cultural Goods and the Limits of the Market*, Londra (MacMillan Press)

Keats 1988, B.W., e Hitt, M., "A causal model of linkages among environmental dimensions, macro organizational characteristics and performance", *Academy of Management Journal*, 1988, Vol. 31, pp. 570-598

Keen 2007, Andrew, *The Cult of the Amateur. How Today's Inter-*

net is Killing Our Culture, New York (Doubleday). Trad. it. *Dilettanti.com: come la rivoluzione del web 2.0 sta uccidendo la nostra cultura e distruggendo la nostra economia*, De Agostini, Novara, 2009

Kets de Vries 1977, M. F. R., "The Entrepreneurial Personality: A Person at Crossroads," *Journal of Management Studies*, Vol. 14 (1977), pp. 34-57

Khilstrom 1979, R., e Laffond, J.L., "A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion", *Journal of Political Economy*, 1979/87, pp. 719-748

Klein 2007, Naomi, *The Shock Doctrine. The Rise of Disaster Capitalism*, Londra/ New York (Penguin). Trad. it. *Shock economy: l'ascesa del capitalismo dei disastri*, Rizzoli, Milano, 2008

Kretschmer 1999, Martin, *Intellectual Property in Music: A Historical Analysis of Rhetoric and Institutional Practices*, numero speciale Cultural Industry (a cura di P. Jeffcutt), *Studies in Cultures, Organizations and Societies*, 6, pp. 197-223

Kretschmer e Kawohl 2004, Martin e Friedemann, *The History and Philosophy of Copyright*, in Frith and Marschall (2004), pp. 21-53

Lane 2001, Cristel e Reinhard Bachmann (a cura di), *Trust Within and Between Organizations. Conceptual Issues and Empirical Analysis*, Oxford (Oxford University Press)

Lessig 2002, Lawrence, *The Future of Ideas. The Fate of the Commons in a Connected World*, New York (Vintage). Trad. it. *Il futuro delle idee*, Feltrinelli, Milano, 2006

Lessig 2004, Lawrence, *Free Culture. How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*, New York (The Penguin Press). Trad. it. *Cultura libera: un equilibrio fra*

anarchia e controllo, contro l'estremismo della proprietà intellettuale, Apogeo, Milano, 2005

Lessig 2008, Lawrence, *Remix. Making art and commerce thrive in the hybrid economy*, Londra (Bloomsbury). Trad. it. *Remix: il futuro del copyright (e delle nuove generazioni)*, ETAS, Milano, 2009

Lewinski 2002, Silke von, *Indigenous Heritage and Intellectual Property. Genetic Resources, Traditional Knowledge and Folklore*, L'Aia (Kluwer Law International)

Litman 2001, Jessica, *Digital Copyright*, Amherst (New York/ Prometheus Books)

Lovink 2007, Geert, e Ned Rossiter (a cura di), *MyCreativity Reader. A Critique of Creative Industries*, Amsterdam (Institute of Network Cultures)

Lovink 2008, Geert, *Zero Comments. Blogging and Critical Internet Culture*, New York, Londra (Routledge). Trad. it. *Zero comments: teoria critica di internet*, B. Mondadori, Milano, 2008

Lovink 2008a, Geert, e Sabine Niederer (a cura di), *Responses to YouTube*, Amsterdam (Institute of Network Cultures)

Macmillan 2002, Fiona, *Copyright and corporate power*, in Towse 2002, pp. 99-118

Malm 1998, Krister, *Copyright and the Protection of Intellectual Property in Traditional Music*, Music, Media, Multiculture, Stoccolma (Musikaliska akademien)

Martel 2006, Frédéric, *De la culture en Amérique*, Paris (Gallimard)

Maxwell 2001, Richard (a cura di), *Culture Works. The Political Economy of Culture*, Minneapolis (University of Minnesota press)

McChesney 1999, Robert W., *Rich Media, Poor Democracy. Com-*

munication Politics in Dubious Times, Urbana and Chicago (University of Illinois Press)

McChesney 2007, Robert, *Communication Revolution. Critical Junctures and the Future of Media*, New York (The New Press)

McClelland, D., 1961, *The Achieving Society*, Princeton, NJ (Van Nostrand)

McLeod 2005, Kembrew, *Freedom of Expression. Overzealous Copyright Bozos and Other Enemies of Creativity*, New York (Doubleday)

Mediacult 2000, *Musik und Globalisierung*, Wien (Mediacult)

Miller, D., "The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms", *Management Science*, Vol. 29, No. 7. (luglio, 1983), pp. 770-791

Mitsui 1993, Tôru, *Copyright and Music in Japan. A Forced Grafting and its Consequences*, in Frith 1993, pp. 125-145

Mossetto 2004, Gianfranco, e Marilena Vecco (a cura di), *The Economics of Copying and Counterfeiting*, Milano (FrancoAngeli)

Motavalli 2002, John, *Bamboozled at the Revolution. How Big Media Lost Billions in the Battle for the Internet*, New York (Viking)

Naím 2005, Moises, *Illicit. How smugglers, traffickers, and copycats are hijacking the global economy*, New York (Doubleday). Trad. it. *Illecito: come trafficanti, falsari e mafie internazionali stanno prendendo il controllo dell'economia globale*, Mondadori, Milano, 2006

Netanel 2008, Neil Weinstock, *Copyright's Paradox*, Oxford/New York (Oxford University Press)

Newton 1988, K.M., *Twentieth-Century Literary Theory. A Reader*, Londra (Macmillan)

Nimmer 1994, M.B. e D. Nimmer, *Nimmer on Copyright: A Treatise on the Law of Literary, Musical and Artistic Property, and the Protection of Ideas*, New York (Bender)

Nooteboom 2002, Bart, *Trust. Forms, Foundations, Functions, Failures and Figures*, Cheltenham, UK (Edward Elgar)

Nuss 2006, Sabine, *Copyright & Copyriot. Aneignungskonflikte um geistiges Eigentum im informationellen Kapitalismus*, Münster (Westfälisches Dampfboot)

Nyerere 1990, Julius K. (chairman), *The Challenge to the South. The Report of the South Commission*, Oxford (Oxford University Press)

Obuljen 2006, Nina, e Joost Smiers, *Unesco's Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. Making It Work*, Zagreb (Culturelink)

Owen-Vandersluis 2003, Sarah, *Ethics and Cultural Policy in a Global Economy*, Basingstoke, Hampshire/ New York (Palgrave)

Palfrey 2005, John, *Holding Out for an Interoperable DRM Standard*, in Graber 2005, pp. 1-26

Pennock 1980, J. Roland, and John W. Chapman (a cura di), *Ownership*, New York (New York University Press)

Perelman 2002, Michael, *Steal This Idea. Intellectual Property Rights and the Corporate Confiscation of Creativity*, New York (Palgrave)

Pérez de Cuellar 1996, Javier, *Our Creative Diversity. Report of the World Commission on Culture and Development*, Paris (Unesco Publishing)

Picciotto 2002, Sol, *Defending the Public Interest in TRIPS and the WTO*, in Drahos 2002a, pp. 224-243

Pietrobelli 2004, Carlo, e Árni Sveinsson, *Linking Local and Global Economies. The ties that bind*, London (Routledge)

Polanyi 1957, Karl, *The Great Transformation. The Political and Economic Origins of Our Time*, Boston (Beacon Press). Trad. it. *La grande trasformazione: le origini economiche e politiche della nostra epoca*, Einaudi, Torino, 1990

Pugatch 2007, Meir P. e Anne Jensen, *Healthy IPRs. A Forward Look at Pharmaceutical Intellectual Property*, Londra (The Stockholm Network)

Renschler 2002, Ruth, *The Entrepreneurial Arts Leader. Cultural Policy, Change and Reinvention*, Queensland (The University of Queensland Press)

Reynolds, P. e White, S. 1997, *The Entrepreneurial Process*, Greenwich, CT (Greenwood Press)

Ricketson 2006, S. e J.C. Ginsburg, *International Copyright and Neighbouring Rights: The Berne Convention and Beyond*, Oxford (Oxford University Press)

Rifkin 1998, Jeremy, *The Biotech Century. Harnessing the Gene and Remaking the World*, New York (Jeremy P. Tarcher/ Putnam). Trad. it. *Il secolo biotech: il commercio genetico e l'inizio di una nuova era*, Baldini & Castoldi Dalai, Milano, 2003

Rifkin 2000, Jeremy, *The Age of Access. The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life is a Paid-for Experience*, New York (Jeremy P. Tarcher/Putnam). Trad. it. *L'Era dell'accesso: la rivoluzione della new economy*, Mondadori, Milano, 2001

Rifkin 2005, Jeremy, *The European Dream. How Europe's Vision of the Future is Quietly Eclipsing the American Dream*, New York (Jeremy P.Tarcher/Penguin). Trad. it. *Il sogno europeo: come l'Europa ha creato una nuova visione del futuro che sta lentamente eclissando il sogno americano*, Mondadori, Milano, 2005

Rose 1993, Mark, *Authors and Owners. The Invention of copyright*, Cambridge, Mass. (Harvard University Press)

Rossiter 2006, Ned, *Organized Networks. Media Theory, Creative Labour, New Institutions*, Rotterdam (NAi). Trad. it. *Reti organizzate: teoria dei media, lavoro creativo e nuove istituzioni*, Roma, Manifestolibri, 2009

Rushdie 1983, Salman, *Shame*, Londra (Picador). Trad. it. *La vergogna*, Mondadori, Milano, 1999

Said 1993, Edward W., *Culture and Imperialism*, New York (Alfred A. Knopf)

Schiller 2000, Dan, *Digital Capitalism. Networking the Global Market System*, Cambridge (MA)/ London (The MIT Press). Trad. it. *Capitalismo digitale: il mercato globale in rete*, EGEA, Milano, 2000

Schumpeter, J.A., 1934, *Capitalism, socialism and democracy*, New York (Harper and Row). Trad. it. *Capitalismo, socialismo e democrazia*, ETAS, Milano, 2001

Sejdel 2004, Jorinde, *Cold Storage. On Bill Gates' Image Archive*, in Open 2004/7

Shane, S. e Venkataraman, S., “The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research”, *Academy of Management Review*, Vol. 25, No. 1., (2000), pp. 217-226

Sherman 1994, B. e A. Strowel (a cura di), *Authors and Origins: Essays on Copyright Law*, Oxford (Clarendon Press)

Shiva 1997, Vandana, *Biopiracy. The Plunder of Nature and Knowledge*, Boston MA (South End Press). Trad. it. *Biopirateria: il saccheggio della natura e dei saperi indigeni*, CUEN, Napoli, 2001

Shiva 2001, Vandana, *Protect or Plunder? Understanding Intellect-*

tual Property Rights, Londra (Zed Books). Trad. it. *Il mondo sotto brevetto*, Feltrinelli, Milano, 2003

Shohat 1994, Ella e Robert Stam, *Unthinking Eurocentrism. Multiculturalism and the Media*, Londra e New York (Routledge)

Shulman 1999, Seth, *Owning the Future*, New York (Houghton Mifflin Company)

Siwek 2007, Stephen E., *Copyright Industries in the U.S. Economy*, Washington (Economists Incorporated)

Smiers 1998, Joost, *État des lieux de la création en Europe. Le tissu culturel déchiré*, Parigi (L'Harmattan)

Smiers 2001, Joost, “La propriété intellectuelle, c'est le vol ! Plaidoyer pour l'abolition des droits d'auteur”, in *Le Monde Diplomatique*, settembre 2001.

Smiers 2002, Joost, *The abolition of copyrights: better for artists, Third World countries and the public domain*, in Towse 2002, pp. 119 – 139

Smiers 2003, Joost, *Arts Under Pressure. Promoting Cultural Diversity in the Age of Globalization*, Londra (Zed Books)

Smiers 2004, Joost, *Artistic Expression in a Corporate World. Do We Need Monopolistic Control?*, Utrecht (Utrecht School of the Arts)

Spranzi 2005, Aldo, *Economics of the Arts. A New Approach to Art Economics*, Milano (Ed. Unicopli)

Stallabrass 2004, Julian, *Art Incorporated. The Story of Contemporary Art*, Oxford (Oxford University Press)

Stapleton 2006, Jaime, *Paper for Roundtable Discussion on the Future of Copyright and the Regulation of Creative Practice*, London (AHRC Copyright Research Network, Birkbeck School of Law, London University, e Public Programmes Department of Tate Modern)

Stiglitz 2006, Joseph, *Making Globalization Work. The Next Step to Global Justice*, Londra (Allen Lane). Trad. it. *La globalizzazione che funziona*, Einaudi, Torino, 2006

Ströter-Bender 1995, Jutta, *L'art contemporain dans les pays du "Tiers-monde"*, Parigi (L'Harmattan)

Tadelis 2006, Steve, *The Power of Shame and the Rationality of Trust*, Monaco (Hans Möller Seminar)

Tapscott 2008, Don, and Anthony D. Williams, *Wikinomics. How Mass Collaboration Changes Everything*, New York (Portfolio). Trad. it. *Wikinomics 2.0: la collaborazione di massa che sta cambiando il mondo*, Rizzoli, ETAS, Milano, 2008

Thomas 2004, Pradip N., and Zaharom Nain (a cura di), *Who Owns the Media? Global Trends and Local Resistances*, Londra (Zed Books)

Toulouse, J.M., *L'Entrepreneurship au Quebec*, Les Presses H. E. C., Montreal, 1980

Toynbee 2001, Jason, *Creating Problems. Social Authorship, Copyright and the Production of Culture*, Milton Keynes (The Pavis Centre for Social and Cultural Research)

Towse 2000, Ruth, *Copyright, Incentive and Reward. An Economic Analysis of Copyright and Culture in the Information Age*, Rotterdam (Erasmus University)

Towse 2002, Ruth (a cura di), *Copyright in the Cultural Industries*, Cheltenham (Edward Elgar)

Towse 2003, Ruth (a cura di), *A Handbook of Cultural Economics*, Cheltenham (Edward Elgar)

Towse 2003a, Ruth, *Copyright and Cultural Policy for the Creative Industries*, in: Grandstrand 2002, pp. 1-10

Towse 2004, Ruth, *Copyright and Economics*, in: Frith e Marshall (2004), pp. 54-69

Towse 2006, Ruth, *Copyright and Creativity. Cultural Economics for the 21st Century*, Rotterdam (Erasmus University)

Throsby 2001, David, *Economics and Culture*, Cambridge (Cambridge University Press). Trad. it. *Economia e cultura*, Il mulino, Bologna, 2005

Unesco-Wipo 1998, *Unesco-Wipo World Forum on the Protection of Folklore*, Phuket, Thailandia, 8-10 aprile 1997, Parigi (Unesco)

Unesco 2005, *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*, Parigi (Unesco)

Utton 2003, M.A., *Market Dominance and Antitrust Policy*, Cheltenham, UK (Edward Elgar)

Vaidhyanathan 2001, Siva, *Copyrights and Copywrongs. The Rise of Intellectual Property and How It Threatens Creativity*, New York e Londra (New York University Press)

Vaidhyanathan 2004, Siva, *The Anarchist in the Library. How the Clash Between Freedom and Control is Hacking the Real World and Crashing the System*, New York (Basic Books)

Varian 2000, Hal R., *Versioning Information Goods*, in Kahin 2000, pp. 190 - 202

Venkataraman, S., 1997, "The distinctive domain of entrepreneurship research: an editor's perspective", in J. Katz e R. Brockhaus (a cura di), *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*, Greenwich, CT: JAI Press, vol. 3, pp. 119-138

Venturelli 2001, Shalini, *From the Information Economy to the Creative Economy. Moving Culture to the Center of International Policy*, Washington (Center for Arts and Culture)

Watt 2000, Richard, *Copyright and Economic Theory. Friends or Foes?* Cheltenham (Edward Elgar)

Wendland 2002, Wend, *Intellectual Property and the Protection of Cultural Expressions. The Work of the World Intellectual Property Organization (WIPO)*, in Grosheide 2002, pp. 102-138

Wilkin 2001, Peter, *The Political Economy of Global Communication*, London (Pluto Press)

Woodworth 2004, Griffin Mead, “Hackers, users, and suits: Napster and representations of identity”, in *Popular music & society* 27 (2004), pp. 161-184

Zahra, S. A., “Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 6, (1991), pp. 259-285

Zimmerman 2008, Diane L., *Living without Copyright in a Digital World*, in Albany Law Review

Zittrain 2008, Jonathan, *The Future of the Internet and How to Stop It*, New Haven e Londra (Yale University Press)

INDICE

Introduzione	3
---------------------------	---

Capitolo 1

Argomenti contro il diritto d'autore	3
La proprietà intellettuale	3
Originalità e divismo	3
È davvero un incentivo?	3
L'accordo TRIPS	3
La lotta alla pirateria contrapposta a priorità più importanti	3
Le industrie creative: il revival del copyright?	3
Una serie di motivazioni	3

Capitolo 2

Alternative che non soddisfano	3
Sconfinato e poco desiderabile	3
Ritorno al passato	3
Proprietà collettiva	3
Riscossione collettiva e fiscalizzazione	3
Restrizioni oppure Creative Commons?	3

Capitolo 3

Un terreno di gioco dalle pari opportunità per la cultura	3
Dal diritto all'economia	3
Il diritto alla concorrenza	3
Un gran numero di imprenditori culturali	3
Nessuno spazio per i furbi	3

La diversità culturale	3
Considerazioni strategiche	3

Capitolo 4

L'inimmaginabile?	3
Brevi casi di studio	3
L'editoria	3
La musica	3
Il cinema	3
Arti figurative, fotografia, design	3

Conclusioni

Dubbi crescenti	3
Un paragone con altri diritti di proprietà intellettuale	3
Una miriade di artisti	3

Bibliografia

3

eletica

S T A M P A A L T E R N A T I V A

direttore editoriale **MARCELLO BARAGHINI**

<http://www.stampalternativa.it>

e-mail: redazione@stampalternativa.it

CONTRO IL COMUNE SENSO DEL PUDORE, CONTRO LA MORALE CODIFICATA, CONTROCORRENTE. QUESTA COLLANA VUOLE ABBATTERE I MURI EDITORIALI CHE ANCORA SEPARANO E NASCONDONO COLORO CHE NON HANNO VOCE. SIANO I MURI DI UN CARCERE O QUELLI, ANCORA PIÙ INVALIDABILI E RESISTENTI, DELLA VERGOGNA E DEL CONFORMISMO.

Visita il "Fronte della Comunicazione" di Stampa Alternativa,
il nostro blog per discussioni e interventi collettivi:
www.stampalternativa.it/wordpress

"Libera Cultura": la collana online che raccoglie i libri storici e le novità
di Stampa Alternativa, liberamente diffusi sotto le licenze Creative Commons:
www.stampalternativa.it/liberacultura

Joost Smiers e Marieke van Schijndel **LA FINE DEL COPYRIGHT**

progetto grafico **ANYONE!**

impaginazione **ROBERTA ROSSI**

Titolo originale: *Adieu auteursrecht en vaarwel culturele conglomeraten*

© 2009 Stampa Alternativa/Nuovi Equilibri

Casella postale 97 - 01100 Viterbo

fax 0761.352751

e-mail: ordini@stampalternativa.it

ISBN 978-88-6222-108-5

Finito di stampare nel mese di dicembre 2009

presso la tipografia **IACOBELLI** srl via Catania 8 - 00040 Pavona (Roma)