La legge europea sul Copyright

Oliviero Ponte Di Pino
28 Marzo 2019

Non è stato semplice, ma dopo un percorso lungo e tormentato il Parlamento Europeo ha approvato la nuova **Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sul diritto d'autore nel mercato unico digitale** [qui il testo finale della Direttiva]: con 348 voti a favore, 274 contrari e 36 astenuti, ma anche 90 eurodeputati che non hanno partecipato alla votazione, forse per non irritare una parte dei loro elettori a poche settimane dal voto. Ora manca un ultimo passaggio: il sigillo dei 28 ministri. Ma 21 governi si sono già schierati a favore, con due astenuti e cinque paesi contrari, tra cui l'Italia. Sono contrari Lega e Cinque Stelle, per Di Maio il provvedimento è "una vergogna".

Si sono scontrati due schieramenti, in un frenetico moltiplicarsi di appelli e contro-appelli, cui si è aggiunto un asfissiante lobbismo tra Bruxelles e Strasburgo. Erano contrari alla Direttiva i sostenitori della libertà assoluta della rete, che la considerano un limite alla libertà d'espressione e un favore alle grandi imprese editoriali. Ma erano contrari soprattutto i colossi del web, che da oggi dovranno pagare per lo sfruttamento delle opere artistiche, giornalistiche e culturali. Favorevoli alla Direttiva gli autori e gli editori (ovvero i mediatori tra i creatori e i consumatori), che in questi anni hanno visto sfumare i loro proventi. [Sulla mediazione culturale 2-0 vedi Giulia Alonzo e Oliviero Ponte di Pino, *Dioniso e la nuvola*, FrancoAngeli, 2017]

Sul piano del diritto, si contrappongono due principi ugualmente fondamentali: da un lato quello alla libera circolazione delle idee (e della loro massima diffusione) e del libero accesso alla cultura e all'informazione considerati beni comuni; dall'altro il diritto alla remunerazione di chi produce contenuti, che deve essere ricompensato per la propria creatività e per il proprio lavoro (un discorso analogo vale per i brevetti).

Quando alla fine del Cinquecento iniziò a diffondersi la stampa, il copyright non esisteva e proliferavano le edizioni pirata dei libri di successo. Ci vollero due secoli prima che, nell'Inghilterra dei primi del Settecento, il Queen's Anne Act introducesse il copyright, che tutela i diritti morali e materiali dei creatori. Il

copyright si è via via esteso a tutti i contenuti offerti al pubblico su supporti materiali prodotti in serie: giornali, dischi, cassette audio e video, cd e dvd... L'alto costo della singola copia su questi supporti e le sanzioni scoraggiavano e limitavano la pirateria.

Con l'avvento della rete, i problemi di tutela dei diritti anticipati dalla diffusione delle fotocopie e dalle cassette analogiche (a nastro magnetico) sono esplosi. La digitalizzazione quasi azzera i costi di riproduzione di contenuti ormai “liquidi”. La rete ha consentito il dilagare di piattaforme *peer to peer,* che hanno rapidamente travolto il mercato discografico.

Con questo sistema, l'accesso libero e gratuito all'informazione è garantito, ma produrre e promuovere contenuti di qualità è costoso e richiede professionalità adeguate. Ma se i contenuti sono tutti gratuiti, chi paga gli artisti e coloro che producono e diffondono i loro prodotti? Come dare il giusto compenso agli autori e ai mediatori? Teoricamente eliminare il copyright (e i brevetti) dovrebbe favorire l'innovazione, ma forse non è così: un paio di anni fa per la prima volta nella storia della discografia si sono vendute più opere vintage che novità. Imporre al mercato nuove voci sembra diventato più difficile che riproporre la backlist e commercializzare brand già conosciuti, in contrasto con l'imperativo di un mercato che richiede prodotti sempre nuovi.

LO SPETTACOLO DAL VIVO
PER UNA CULTURA DELL'INNOVAZIONE

Giulia Alonzo e Oliviero Ponte di Pino

DIONISO E LA NUVOLA

L'informazione e la critica teatrale in rete: nuovi sguardi, nuove forme, nuovi pubblici

FRANCOANGELI

In rete si trovano da sempre moltissimi materiali gratuiti: ma a partire proprio da questi contenuti c'è chi ha accumulato e continua ad accumulare profitti enormi. Google, Facebook e Youtube non producono direttamente i testi, le immagini, i video, gli audio che diffondono: si considerano in sostanza società di servizi, che indicizzano e condividono quello che hanno prodotto altri, gli utenti e soprattutto i media tradizionali, che sostengono i costi di produzione. Le copie cartacee e la pubblicità su giornali e riviste sono in picchiata, mentre i colossi del web incassano i profitti enormi senza pagare redazioni, talent scout, editor...
Nel mercato della cultura, dell'intrattenimento e dell'informazione, alla vendita al consumatore del prodotto (un romanzo, un film, un giornale...) si affianca un'altra significativa fonte di reddito: la pubblicità. È il business model su cui si sono basate le radio e le televisioni commerciali, dove i contenuti sono pagati dagli inserzionisti per ottenere il tempo-attenzione degli utenti. Negli ultimi anni la parte del leone l'hanno fatta le grandi piattaforme made in USA come Google e Facebook, che hanno rapidamente conquistato enormi fette di mercato pubblicitario a scapito dei media tradizionali, a cominciare da riviste e giornali. Secondo uno studio di Warc, dei 590 miliardi di dollari spesi in pubblicità nel mondo nel 2018, un quarto (il 24,5%) ossia 144,6 miliardi è andato al duopolio Google/Facebook: la quota è aumentata rispetto al 20,3% del 2017, ed è più che raddoppiata rispetto al 2014, quando era del 10,8%. Nel 2019 crescerà ancora, raggiungendo 176,4 miliardi di dollari e il 28,6% dello share [qui la news su Engage].

Il destino dei tradizionali produttori di contenuti pareva segnato dalla gratuità diffusa e dalla diversa allocazione della pubblicità.

Una dozzina di anni fa Philip Meyer, studioso dell'editoria americana, profetizzava che l'ultima sgualcita copia su carta del "New York Times" sarebbe stata acquistata nel 2043.

Le contromosse alla gratuità della rete e all'ideologia del “tutto gratis” (e tutto copiato) sono state diverse. Sono nate piattaforme chiuse con abbonamento come quelle di Apple (iTunes, iBooks) e di Amazon (con formati proprietari Kindle per gli ebook) ma anche Spotify e Netflix. Si sono sviluppate forme di crowdfunding. Sono nati i paywall, sempre più diffusi nei quotidiani, sul modello del “New York Times”: dopo un certo numero di visite, l'utente può accedere al servizio solo a pagamento. Sono state create forme alternative di tutela dei diritti

(Creative Commons, copyleft) che però dal punto di vista economico restano poco rilevanti. Qualcuno ha teorizzato la necessità dell'intervento pubblico per garantire contenuti indipendenti e di qualità (è il modello europeo delle televisioni di Stato, come la RAI), ma senza particolare successo.

Il libero mercato dell'informazione ha molti limiti, ma i media indipendenti e un'opinione pubblica informata sono la base di una democrazia funzionante. L'indipendenza economica degli autori è il presupposto della loro libertà di pensiero e d'espressione: l'alternativa è di mettersi al servizio del potere economico o politico.

L'alternativa potrebbe essere un mercato dell'informazione e della creatività totalmente libero dalla mediazione degli editori, i “gatekeepers” che – secondo i loro detrattori – condizionano e manipolano l'opinione pubblica difendendo la “casta” di cui fanno inevitabilmente parte. Agli inizi la comunicazione orizzontale della rete ha fatto sognare che questa utopia libera e democratica fosse realizzabile. Il proliferare delle fake news e la sistematica manipolazione dell'opinione pubblica (grazie anche all'utilizzo dei big data) sta trasformando l'Eden sessantottino del World Wide Web in un incubo dove prevalgono gli istinti peggiori [cfr. Tecnologie per il potere].

La Direttiva europea sul copyright è nata in questo scenario di contrapposizioni stratificate e complesse. Il diritto del consumatore e del cittadino contro quello degli artisti e dei produttori di contenuti. I nuovi media digitali contro i media tradizionali. Gli interessi economici dell'Europa contro quelli degli USA. L'establishment (ovvero “la casta”) e i suoi privilegi contro i nuovi populismi digitali. La democrazia della comunicazione e la democrazia politica.

In questo scenario la nuova Direttiva europea chiede alle grandi piattaforme (quelle con più di 10 milioni di euro di fatturato annuo e oltre 5 milioni di utenti al mese) di effettuale un controllo preventivo (“*upload filter*”) per pubblicare solo contenuti in regola con il copyright. Per utilizzare questi materiali “in diritti”, le piattaforme dovranno stringere accordi con gli editori (e pagare), tutelando così anche i creatori. Questo controllo preventivo è considerato da alcuni una forma di censura (affidata oltretutto a un'azienda privata), da altri un filtro contro le fake news. Per le realtà editoriali più piccole e dunque meno appetibili economicamente, il rischio è di restare escluse dalla ridistribuzione dei profitti.

I singoli utenti – che per il 56% in Europa si informano online senza pagare nulla – non vengono direttamente interessati dalla norma e possono tranquillamente continuare a scambiarsi link e articoli. Ma cambieranno ovviamente i contenuti delle piattaforme che visitano. Sono esentate da questo meccanismo anche le enciclopedie in crowdsourcing come Wikipedia, che però è stata capofila della protesta (ma Wikipedia è pesantemente sostenuta da Google). Restano consentite citazioni a scopo di critica, analisi, parodia, caricatura, così come meme e GIF satirici.

Di fronte all'evoluzione continua della Rete, è necessario aggiornare le regole (la normativa precedente risale al 2000). Ma le nuove regole rischiano di arrivare sempre in ritardo e di assumere connotati punitivi. Andranno poi verificate le norme che in ogni paese regoleranno la materia e la forza negoziale delle due parti: come si divideranno i profitti le grandi piattaforme e gli editori indipendenti?. In ogni caso la Direttiva riconosce di fatto il superpotere delle BAADD, i colossi USA che appaiono "Big, Anticompetitive, Addictive and Destructive to Democracy". Perché la rete può avere un impatto devastante sulla politica e sulla democrazia [cfr. La democrazia: governo della crisi o modello in crisi].

Allargando l'orizzonte alla scala planetaria, la vicenda assume un ulteriore significato. Da un lato ci sono i grandi colossi e i big data che dominano la rete, che però si è frammentata in arre geopolitiche sempre più precise. Ognuna di loro ha il suo internet. In Cina, Russia, Turchia, Egitto o Iran, il governo controlla di fatto la rete del paese come un sistema chiuso, con i propri social e le proprie regole e ferrei meccanismi di monitoraggio e censura (che la Cina esporta in altri paesi) [cfr. Come sta cambiando la censura nel mondo].

Con questa Direttiva, l'Europa cerca – con qualche ritardo – di dotarsi di un proprio internet, che ha caratteristiche diverse dal modello USA (dove nessuno mette davvero in discussione lo strapotere dei big della Silicon Valley, nonostante scandali come Cambridge Analytica e l'imbarazzante performance di Mark Zuckerberg al Congresso [cfr Cosa avrei chiesto a Mark Zuckerberg]) e da quelli delle dittature o delle democrature asiatiche.

Una cosa è certa. Il World Wide Web, la rete planetaria libera e aperta sognata da Tim Berners-Lee trent'anni fa al CERN di Ginevra, nel cuore dell'Europa, non esiste più da tempo. Vedremo se il Vecchio Continente riuscirà a costruire e

difendere il proprio modello democratico, anche in questo settore cruciale. Le alternative? Farsi colonizzare dalle BAADD e da Steve Bannon. Farsi comprare dal 5G e dalle censure made in China. Farsi manipolare dai troll e dagli hackers di Putin. Lega e M5S hanno già scelto i loro interlocutori.

warc-schermata.png

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO