

Sportello Liberius

Lo Sportello L.iberius è un servizio gratuito di consulenza e di suggerimento di modelli operativi per l'implementazione pratica di progetti che contribuiscano all'incremento del patrimonio di conoscenza liberamente condivisa.

Nel corso degli anni, a parte consulenze in materia di gestione legale dei contenuti e di diritto d'autore nelle reti telematiche e non, effettuate via email a chi richiedeva il servizio, lo sportello Liberius ha affrontato e risolto diversi problemi connessi al diritto d'autore. In via esemplificativa:

In ordine cronologico inverso:

- Bollinatura Siae di opere derivate contenenti musica licenziata con Creative Commons. Viene riconosciuta, in via eccezionale, la validità di una licenza Creative Commons come consenso dell'avente diritto, pur in mancanza di una sottoscrizione autografa.
- Roma, 26 Ottobre 2007. Avviato progetto pilota con la Siae per studiare a fondo tutte le implicazioni delle licenze generali pubbliche di diritto d'autore con alcuni diritti riservati in uso nel settore musicale.
- Roma, 20 settembre 2006. lo sportello Liberius ha raggiunto un accordo di massima per l'elaborazione di un progetto condiviso per la nascita di una sezione Siae riservata agli autori che utilizzano licenze di libera distribuzione. Il progetto avrà interesse a raccogliere e distribuire eventuali proventi derivanti dall'utilizzo commerciale e/o a scopo di lucro.
- Roma, 7 agosto 2006. Per la prima volta in Italia la Siae, con liberatoria a tempo indeterminato a partire dal 25 luglio 2006, (documento protocollato presso l'Ufficio Multimedialità al nr. 1/290/06/FDP) riconosce la possibilità della diffusione pubblica di musica d'ambiente all'interno di un locale commerciale, senza compenso, in virtù dell'utilizzo delle licenze copyleft (Creative Commons, Art Libre, Copyzero x, Clausola Copyleft) o di pubblico dominio. All'interno della [gelateria Fiordiluna](#), nel cuore di Trastevere a Roma, è presente uno spazio multimediale (monitor lcd 32" e impianto stereofonico con diffusori Bose) gestito da un pc con sistema operativo Linux e software libero attraverso il quale vengono diffuse opere audio, visive e letterarie rilasciate con licenze copyleft (Creative Commons, Art Libre, Copyzero x, Clausola Copyleft) o di pubblico dominio.

La creazione dell'istituto giuridico del diritto d'autore costituisce un artificio legale, creato *ad hoc* per le esigenze della società occidentale. Come punto di riferimento si può genericamente utilizzare il periodo di un evento storico preciso, l'invenzione della stampa. Fino ad allora il riversare le informazioni su un supporto, da parte degli amanuensi, rappresentava una azione unica e quindi il messaggio e il supporto erano la stessa identica cosa. Il supporto privato rimaneva unico ed il possesso di pochi privilegiati, ed il costo di riproduzione era talmente alto da considerare ogni copia come un originale. L'invenzione della stampa crea uno strappo nel sistema sociale di quei tempi: da una parte si abbassa il costo di accesso all'informazione, dall'altra aumenta il numero delle informazioni circolanti e la conoscenza diversa. La creazione della finzione giuridica del diritto d'autore ha un valore essenzialmente politico nella società d'allora. Si tratta infatti di assumere un controllo delle informazioni da parte dell'autorità costituita.

Pur se nel seguire degli anni si rafforza sempre più, nella legislazione, la figura dell'autore come unico titolare originario di diritti, si crea una finzione giuridica che allontana l'autore dalla propria opera: la separazione dei diritti morali dell'autore dai diritti di utilizzazione economica, questi ultimi commerciabili. Gli ultimi dipendenti dai primi. Quindi da una parte si hanno i diritti morali, che sono al di fuori del mercato (e rilevano al livello della sfera personale dell'autore, quali il diritto di paternità dell'opera, il diritto di inedito, il diritto di ritiro dell'opera, etc.), e che nella pratica della circolazione dell'opera artistica non vengono mai in superficie. Dall'altra i diritti di utilizzazione economica (quelli relativi alla copia, la distribuzione, l'immissione su reti telematiche, la pubblicazione in genere), esclusivi, che garantirebbero, tramite la loro cessione e attraverso una circolazione commerciale, un meccanismo di incentivo economico alla creazione.

Ma, allo stato dei fatti, questa costruzione giuridica ha sviato le intenzioni dei legislatori creando una situazione del tutto differente.

Il problema fondamentale dell'incentivo a creare è a chi vada veramente questo incentivo.

Attraverso una prassi consolidata in materia contrattuale tutti i diritti di utilizzazione economica vengono trasferiti in blocco all'editore o al produttore. L'autore per ottenere quell'incentivo economico sancito dal legislatore deve spogliarsi della propria opera, deve cioè cedere i propri diritti di utilizzazione economica.

Questo avviene tramite una cessione di diritti attraverso un contratto. Naturalmente questa situazione contrattuale è sbilanciata: da una parte l'autore opera fuori dal mercato o, in ogni caso, non è perfettamente informato del meccanismo economico che lo muove, mentre, quando sottoscrive un contratto, si trova di

fronte a soggetti che del mercato hanno le informazioni necessarie per valutare, con anticipo, il probabile successo dell'opera d'arte. In questa situazione asimmetrica, dove gli artisti mancano dei mezzi di analisi del mercato e sono quindi svantaggiati nei confronti degli editori, il corretto funzionamento dell'incentivo alla creazione viene meno, in quanto gli stessi, spesso, vendono sottocosto le proprie opere d'arte e pertanto gli incentivi vengono in realtà versati ad altri soggetti (le case editrici o i produttori musicali).

E' l'incentivo quello che si sostiene sia la giustificazione all'esclusività dei diritti e quindi il costo per la scarsità relativa del bene, ma nel caso artistico questa giustificazione viene meno: un editore spesso sostiene dei costi, ma il prodotto culturale è, di per sé, già un prodotto finito e gli investimenti necessari per la sua creazione sono già stati fatti da parte dell'autore, nella sua educazione culturale, tecnica e derivante, comunque, dalla società che lo circonda e lo stimola. Pertanto gli incentivi non rappresentano un sistema che crea la produzione di nuove idee, ma piuttosto una sorta di guida che dirige la creatività.

Vale a dire che la natura economica del mercato delle idee stimola la creazione di idee orientate alla massimizzazione del profitto (economico, e non culturale), preferendo le pubblicazioni che, pur non avendo un alto valore d'uso, una utilità sociale, abbiano un alto valore di scambio. In questo contesto, il ragionamento commerciale, favorisce quel tipo di prodotto che può avere maggior successo commerciale, cioè un alto valore di scambio, con un generale impoverimento della conoscenza diversa. Si può notare come il prodotto dell'industria culturale, tenda ad appiattire la conoscenza, creando spesso un prodotto che, dietro ad una facciata di originalità minima, in realtà è conforme allo stato della società. Il prodotto culturale corre dietro ai bisogni indotti degli individui.

Inoltre l'autore, che non ha percepito appieno quello che l'ordinamento vuole garantire, vede anche minimizzare la diffusione della propria opera, in quanto questa segue uno schema commerciale. Sarà allora diffusa non un'opera dell'ingegno con alto valore d'uso (utile alla società nel suo complesso) ma quella con alto valore di scambio. Si ha quindi una forte contaminazione della creatività che viene indirizzata verso espressioni artistiche facilmente trasformabili in prodotti vendibili sul mercato.

Questo sistema, poi, rivela anche altre problematiche: la gestione dei contenuti da parte di terzi. I rapporti che legano gli autori con gli editori (di qualsiasi tipologia dell'opera dell'ingegno) crea in capo all'editore un monopolio sull'opera che limita l'azione di diffusione dell'opera da parte di soggetti estranei al rapporto limitando ancor di più la possibilità di veicolazione dell'idea attraverso opere derivate, ponendo un freno alla creatività. Spesso, infatti, progetti creativi trovano difficoltà a realizzarsi proprio per la mancanza di autorizzazioni da parte dei titolari dei diritti, rendendo il lavoro creativo inutile a causa di problemi per così dire "burocratici".

Finalità dello sportello Liberius

L'azione ed i servizi che lo sportello Liberius offre si inserisce all'interno di questi meccanismi, cercando di eliminare quei scogli di tipo organizzativo legale che si frappongono alla creatività:

da una parte una azione di consulenza nei confronti dell'autore/editore per metterlo a conoscenza dei propri diritti e dei propri doveri nei confronti degli editori /autori e degli utilizzatori, dall'altro azioni di consulenza e suggerimenti di "problem solving" a terzi utilizzatori e probabili "diffusori" dell'opera in maniera tale che tale diffusione sia legale e venga effettuata nel rispetto degli autori ed editori, anche attraverso l'impegno in prima persona per la stesura di accordi tra i vari soggetti (che possono essere l'editore, l'autore o anche enti istituzionali quali la Siae).

Ermanno Pandoli - ermanno.pandoli@gmail.com