

IL PUNTO DI MAURO MASI\*

## Copyright fra pressioni e preconcetti

Alcuni lettori di questa rubrica si chiedono e mi chiedono perché la «comunicazione» è, nel suo insieme, così schierata a favore del free-Internet e sembra trascurare le ragioni dei cosiddetti «aventi diritto», di chi cioè vuole tutelare anche sulla rete le proprie idee e la propria creatività. Questo è un tema difficile e, per molti aspetti, urticante, ma non mi sottraggo dall'esprimere la mia opinione, peraltro maturata in anni di impegno accademico e di incarichi operativi nel settore. Ritengo che la questione presenti un aspetto strutturale (e concettuale) e uno contingente. Partiamo dai concetti, o meglio, secondo il mio modo di vedere, dai pre-concetti, dai «bias» come si dice in psicologia cognitiva. Con l'esplosione sociale, culturale e, soprattutto, economica della rete, le questioni riguardanti la proprietà intellettuale (quindi brevetti, marchi e copyright/diritto d'autore) sono diventate centrali anche nel dibattito mediatico, assumendo sin dall'inizio una chiara connotazione politica. Si scontrano in maniera apodittica (e appunto, pre-concetta) due diverse visioni del mondo e delle sue possibili evoluzioni. Così il diritto d'autore (con i brevetti, i marchi, i disegni industriali) è da taluni indicato come una delle grandi leve di sviluppo per il nostro sistema economico e per la nostra società perché realizza la protezione e la tutela della creatività e quindi dello sviluppo delle idee, delle invenzioni, del pensiero originale e innovativo. Da altri è inteso come un grande freno alla crescita di una società più moderna e aperta; uno strumento per privatizzare ed «elitizzare» la cultura, porre limiti all'accesso dell'informazione, perpetuando il vantaggio dei pochi a sfavore dei molti. I sostenitori di questa seconda visione tendono poi (non so quanto consapevolmente e quanto strumentalmente) a confondere le problematiche dell'ac-



Mauro Masi

cesso alla rete (che ovviamente deve essere sempre e comunque garantito) con quelle della tutela dei contenuti apparsi in rete; all'evidenza, problematiche completamente diverse. Ebbene, questa visione è quella che ha sempre trovato più spazio sui media anche perché sostenuta da quell'entità sfuggente e un po' esoterica che è il cosiddetto «popolo della rete». Cercare il «popolo della rete» è poi divenuto l'obiettivo di varie componenti politiche alla ricerca (del tutto legittima) di consensi nei nuovi spazi della modernità. Gli aspetti contingenti della questione fanno invece riferimento al fatto che gli internet service providers (i gestori delle piattaforme) sono sempre più coinvolti nei vari progetti di leggi nazionali sul tema.

Questo è del tutto logico se si pensa che, in sostanziale assenza di una norma sovranazionale di tutela dei contenuti, gli ordinamenti nazionali possono cercare di contrastare le violazioni di siti «internazionali» solo imponendo comportamenti conseguenti a chi, nel territorio nazionale, gestisce i siti stessi, quindi i providers. Cosa che questi ultimi non desiderano in maniera assoluta, sia per motivi giuridici sia per motivi economici e finanziari. Ora è il caso di ricordare che i providers (le high tech e le telecom mondiali) sono di gran lunga i principali fornitori di pubblicità ai media a livello mondiale, quindi in grado di esprimere una forte spinta di persuasione. Tutto questo si è visto con evidente chiarezza nel complicato iter di approvazione - e ora da implementazione nei vari Stati membri - della nuova normativa Ue a tutela del diritto d'autore online.

\*delegato italiano  
alla Proprietà intellettuale  
CONTATTI: mauro.masi@bancafucino.it

© Riproduzione riservata

