

Lezione 6: il diritto d'autore (*copyright*)

- Definizione di quali beni sono interessati dalla tutela del diritto d'autore: (S, p. 76): letteratura, musica, danza, grafica, scultura, film, registrazioni musicali, architettura. Lavori artistici, nella misura in cui questi sono materializzati in un oggetto concreto come un libro o un CD-ROM (C, p. 373).
- Definizione di quali beni sono protetti dal diritto d'autore nella legge italiana (Legge 22 aprile 1941 n. 633):
- **Art. 1:** Sono protette ai sensi di questa legge le opere dell'ingegno di carattere creativo che appartengono alla letteratura, alla musica, alle arti figurative, all'architettura, al teatro ed alla cinematografia, qualunque ne sia il modo o la forma di espressione. Sono altresì protetti i programmi per elaboratore come opere letterarie ai sensi della convenzione di Berna sulla protezione delle opere letterarie ed artistiche ratificata e resa esecutiva con legge 20 giugno 1978, n. 399, nonché le banche di dati che per la scelta o la disposizione del materiale costituiscono una creazione intellettuale dell'autore.
- **Art. 3** Le opere collettive, costituite dalla riunione di opere o di parti di opere, che hanno carattere di creazione autonoma, come risultato della scelta e del coordinamento ad un determinato fine letterario, scientifico didattico, religioso, politico od artistico, quali le enciclopedie, i dizionari, le antologie, le riviste e i giornali sono protette come opere originali, indipendentemente e senza pregiudizio dei diritti di autore sulle opere o sulle parti di opere di cui sono composte.
- **Art. 4** Senza pregiudizio dei diritti esistenti sull'opera originaria, sono altresì protette le elaborazioni di carattere creativo dell'opera stessa, quali le traduzioni in altra lingua, le trasformazioni da una in altra forma letteraria od artistica, le modificazioni ed aggiunte che costituiscono un rifacimento sostanziale dell'opera originaria, gli adattamenti, le riduzioni, i compendi, le variazioni non costituenti opera originale. (lavori derivati)
- Le opere in questo caso non devono avere solo il requisito della “novità”, ma devono avere un minimo contenuto di “creatività”. Ad esempio, secondo la legge americana, non si può ottenere il diritto d'autore su un elenco telefonico (S, p. 76). Il diritto concesso al titolare del diritto d'autore è di copiare, riprodurre, distribuire, adattare, rappresentare, esibire l'opera.
- Gli oggetti protetti dal copyright cambiano nel tempo, ad esempio perché appaiono nuove forme di espressione dell'attività creativa (es. software).
- Il diritto d'autore è più ristretto del brevetto in quanto protegge l'espressione. La protezione riguarda la forma o la configurazione in cui l'idea è espressa, non riguarda l'idea stessa. La protezione di un'idea si realizza tramite il brevetto o il segreto industriale, e la legislazione di riferimento è dunque quella sui brevetti o sui segreti industriali (LP, p. 37). Si consideri l'esempio della recensione di un libro: il recensore può dare un riassunto delle idee contenute nel libro, poiché queste non sono protette da copyright. Il modo in cui queste idee sono espresse, cioè il libro stesso, non può invece essere riprodotto. Oppure, da LP, p. 91: se un autore copia una porzione di un racconto di James Bond di Ian Fleming, allora commetterebbe una violazione. Se invece, ispirato da Fleming,

scrivesse la storia di un agente segreto britannico che ama la bella vita, ecc., non commetterebbe una violazione. Allo stesso modo non commetterebbe una violazione del copyright su Topolino se creasse una storia con un topo parlante.

– Protezione della utilizzazione economica dell'opera nella legge italiana

- **Art. 12** L'autore ha il diritto esclusivo di pubblicare l'opera.
- **Art. 13** Il diritto esclusivo di riprodurre ha per oggetto la moltiplicazione in copie diretta o indiretta.
- **Art. 15** Il diritto esclusivo di eseguire, rappresentare o recitare in pubblico.
- **Art. 16** Il diritto esclusivo di comunicazione al pubblico su filo o senza filo dell'opera.
- **Art. 17** Il diritto esclusivo di distribuzione ha per oggetto la messa in commercio o in circolazione, o comunque a disposizione, del pubblico, con qualsiasi mezzo ed a qualsiasi titolo, dell'originale dell'opera o degli esemplari di essa.
- **Art. 18-bis** Il diritto esclusivo di noleggiare.
- Variazioni (S, p. 78): in USA esistono atti legislativi che disciplinano il copyright in diverse industrie. Es. *Semiconductor Chip Protection Act* (la durata del copyright sui semiconduttori è di 10 anni), *Audio Home Recording Act* (1992), *Digital Millennium Copyright Act* (1998), che disciplina ad esempio alcuni aspetti relativi alla “pirateria” su internet.
- Anche in questo caso ci può essere un problema di ampiezza, durata, novità. Per esempio un nuovo software è effettivamente una novità rispetto ad un software precedente? (C, p. 373).
- Durata nella legge italiana:
- **Art. 25** I diritti di utilizzazione economica dell'opera durano tutta la vita dell'autore e sino al termine del settantesimo anno solare dopo la sua morte.
- Questa norma si applica generalmente anche nel resto d'Europa e negli Stati Uniti (FM, p. 62) La durata è dunque molto elevata. Anche in questo caso teoricamente i possessori del diritto cessano di avere diritti dopo che una copia dell'opera è stata venduta (S, p. 220).
- Ampiezza del diritto d'autore: si presenta anche in questo caso. (S, p. 76) L'ampiezza è piuttosto ristretta. Costituisce una violazione, secondo la legge americana, ad esempio riscrivere una storia cambiando i nomi dei protagonisti, riscrivere un software cambiando il nome alle variabili. E' inoltre estesa l'ampiezza fino a considerare “lavori derivati” che si basano su lavori preesistenti, ad esempio “*sequels*” e traduzioni.
- Sui lavori derivati. Esempi: traduzioni di un'opera, film tratti da un libro, fotografie di un dipinto. La convenzione di Berna attribuisce al possessore del copyright anche i diritti sui lavori derivati. Questo in un certo senso dà anche una misura dell'ampiezza del copyright. Si possono porre i “soliti” problemi: se un autore non fosse compensato adeguatamente

perché supponiamo non gli venissero concessi diritti sui lavori derivati, allora potrebbe essere disincentivato. Allo stesso modo, questo potrebbe rappresentare un freno alla creatività altrui, ad esempio di chi volesse realizzare un film da un libro.

- Come si giustifica dunque la lunga durata? Da un lato con la sua ampiezza relativamente ristretta. Si tenga presente poi che non viene tutelata l'idea ma la sua espressione, il che dà un certo margine di basarsi in qualche modo sull'originale senza violare il copyright. Dall'altro si sostiene che il successo di un'opera a volte avviene dopo molti anni. In pratica si tratta in certi casi delle conseguenze dell'attività di *lobbies*. Vedi il caso dell'estensione del copyright da 50 a 70 anni dopo la morte dell'autore negli USA, realizzata nel 1999 con il *Sonny Bono Copyright Term Extension Act*, si sostiene per pressioni della Disney o di Hollywood (LM, p. 68).
- Come si configura la produzione di un bene soggetto a protezione tramite copyright (ad es. Un libro o un CD)? Tipicamente questi beni si configurano come *information goods* (SV, p. 3): *information*: tutto ciò che può essere reso digitale. *Information goods* (IG): libri, databases, giornali, film, musica, quotazioni di borsa...
- (LP, Cap. 2) Esiste innanzitutto un costo fisso (*costo di espressione*), che prescinde cioè dal numero di copie, ad esempio di un libro, vendute. Ad esempio i costi di mantenimento di uno scrittore, i costi per ricerche bibliografiche, i costi di incisione dei pezzi che andranno su un CD. C'è poi un costo variabile, che dipende dal numero di copie vendute. La curva di domanda per un libro è inclinata negativamente, perché esistono sostituti (anche se non perfetti). L'editore produce copie finché non eguaglia costo marginale a ricavo marginale. La differenza tra il prezzo ed il costo marginale genera un profitto che dovrebbe compensare il costo fisso. Questo profitto dipende dall'elasticità della domanda e dal costo marginale e quindi può non coincidere con il costo di espressione. Quindi la decisione di produrre un'opera viene presa se il profitto atteso è sufficiente per coprire il costo di espressione.
- Caratteristica particolare dell'informazione è che ha: costi fissi elevati, costi marginali bassi (o nulli). E' costoso produrre informazione, è economico riprodurre l'informazione. Questo ha implicazioni per il prezzo di un IG. Il prezzo non può essere basato sul costo di produzione (quando il costo di produzione è zero), ma deve essere basato sul valore che il consumatore attribuisce al bene. In assenza della protezione del copyright, il prezzo del bene sarebbe portato al suo costo marginale, cioè a zero, e dunque potrebbe non rimanere nulla per ripagare il costo di espressione (questo nell'ipotesi che il costo di duplicazione sia zero altrimenti, se per un qualche motivo la duplicazione non è immediata, allora sarebbe possibile vendere alcune copie inizialmente ad un prezzo maggiore del costo marginale). E' chiaro che però con un prezzo pari a zero sarebbe massimizzato il surplus sociale, dato in questo caso interamente dal surplus del consumatore.
- E' possibile generalmente effettuare discriminazioni di prezzo (dato che le possibilità di arbitraggio sono limitate e che i libri non sono perfetti sostituti, per cui esiste un margine di manovra sui prezzi): ad esempio si applica un prezzo alto alle copie *hardcover* (acquistate da consumatori che desiderano avere il lavoro appena uscito) e prezzi bassi alle copie *softcover* (acquistate da coloro che sono disposti ad attendere).

- Copiare/pirateria

- Uno degli scopi principali del copyright è quello di proteggere l'autore dalle attività di riproduzione non autorizzata dell'opera, in particolare di produrre delle copie.
- LM, p. 16: secondo la teoria economica del crimine, un individuo commette un crimine se il beneficio è maggiore del costo. Il costo è dato dall'ammontare della pena moltiplicato per la probabilità di essere puniti. Nel caso di violazione di un copyright la probabilità di essere scoperti e puniti è molto bassa, per cui per dissuadere un potenziale violatore del diritto servirebbe una punizione molto severa. In pratica questo non accade spesso.
- Si possono distinguere tre modi di riproduzione (intesa come produzione di copie) dell'informazione (Shy 2000, p. 98): i) riproduzione verticale: dall'originale si ottiene una copia da cui si ottiene un'altra copia, ecc.; ii) riproduzione orizzontale: dall'originale si ottengono molte copie (es. biblioteca); iii) riproduzione mista: dall'originale si ottengono alcune copie da cui si ottengono altre copie, ecc. (es. materiale delle lezioni disponibili in copisteria).
- Alcuni tipi di beni non si possono riprodurre in modo verticale un numero eccessivo di volte perché la loro qualità si deteriora velocemente. Si pensi alle fotocopie e alla duplicazione analogica della musica. Solamente la duplicazione di beni in formato digitale permette una duplicazione verticale un numero elevato (potenzialmente infinito) di volte. Questo ha delle conseguenze per il valore attribuito dai consumatori alle copie.
- Allo stesso modo ha delle conseguenze sulla protezione di cui può godere il produttore originario e sulla sua possibilità di appropriarsi del surplus di cui possono beneficiare coloro che realizzano e utilizzano delle copie. Si ricordi che in questo caso il problema per il produttore è sempre quello di riuscire a essere remunerato da tutti coloro che traggono un beneficio dal consumo del bene da lui prodotto, in questo caso da una copia.
- Si consideri il seguente esempio numerico:

Formato	1	2	3	4	5	Surplus totale
Cartaceo	€1	€0.5	€0.25	€0.125	€0.06	€1.93
Digitale	€1	€1	€1	€1	€1	€5

- Nella tabella si riporta un caso con 5 consumatori e si riporta il valore da loro attribuito a successive copie di un originale (con riproduzione verticale). Nel caso della copia del prodotto cartaceo, il surplus complessivo è di €1.93, nel caso del prodotto digitale è di €5. Nel primo caso il produttore potrebbe recuperare l'intero surplus se praticasse un prezzo di €1.93 (poco più alto di €1), nel secondo dovrebbe praticare un prezzo di €5 (molto più alto di €1). Da un lato si può affermare che il produttore del prodotto cartaceo gode di maggiore protezione, nel senso che il numero di copie che verranno realizzate sarà basso a causa del deterioramento della qualità della copia e quindi del valore attribuitogli dai consumatori.
- Nel caso di copie cartacee, se il valore posto da ciascun consumatore successivo decresce, il surplus complessivo può essere sufficientemente basso da essere incorporato nel prezzo pagato dal primo acquirente. Si tenga presente che il fatto che le copie siano di qualità

inferiore incentiva ad acquistare l'originale, per cui un consumatore potrebbe comunque essere incentivato anche se il prezzo è leggermente superiore a quello che verrebbe praticato se non fosse possibile produrre delle copie.

- Nel caso di un bene digitale, le copie sono esattamente identiche (cioè della medesima qualità), quindi il prezzo che successivi consumatori sono disposti a pagare è lo stesso, per cui il surplus complessivo aumenta ed il prezzo che dovrebbe essere fatto pagare al primo consumatore potrebbe essere troppo alto, a parità di prezzo iniziale che verrebbe fatto pagare se non fosse possibile produrre delle copie. In questo caso viene meno l'incentivo ad acquistare l'originale e il produttore potrebbe sentirsi troppo penalizzato e non produrre il bene in quantità elevata o non produrlo affatto. L'implicazione potrebbe essere che il produttore di un bene digitale come un software mette una protezione per impedire che vengano effettuate delle copie. Vedremo che questo non è necessariamente vero: esiste una possibilità che il produttore di software aumenti i profitti quando non mette la protezione per la presenza di esternalità di network.
- Si tenga presente che, in generale, possono esistere dei fattori che limitano la possibilità o il beneficio derivante dalla realizzazione di copie, che dunque renderebbero meno necessario il copyright o il copyright di lunghezza elevata. Esempi di fattori di limitazione della copia (LP, pp. 41 e ss.): i) la copia, come visto, può essere di qualità inferiore rispetto all'originale. Esempio: fotocopia di un libro, copia di un dipinto. Le copie possono però aumentare la domanda per il lavoro originale se di fatto ne costituiscono una forma pubblicitaria. Le copie di un software possono essere di qualità “economica” inferiore nel senso che non danno accesso all'assistenza o ai manuali di istruzioni. ii) Copiare può avere un costo: ad esempio il tempo (fattore sempre meno rilevante), oppure la copia può implicare un costo di espressione (ad esempio se non si tratta di una copia vera e propria ma inserita in un'altra opera). iii) Copiare richiede tempo: può intercorrere del tempo tra la pubblicazione dell'opera e il tempo di realizzazione delle copie, quando la realizzazione delle copie è ad esempio costosa (maggiore il costo maggiore il tempo di realizzazione delle copie). Questo può non riguardare quei beni il cui valore decresce rapidamente col tempo (ad esempio una notizia o una rappresentazione teatrale), per i quali dunque il valore di una copia sarebbe molto basso o nullo. iv) Alternative al copyright per limitare le copie: per esempio la licenza che può permettere di godere del bene impegnandosi a non copiarlo. Difficoltà per fare rispettare gli obblighi (a meno che il numero di licenze sia basso, ci sia un contratto diretto tra autore e licenziatari, e possibilità di controllo). v) La tecnologia può rendere difficile o impossibile la copia: per esempio il criptaggio del software. Vedi l'appunto rispetto al valore sociale del pubblico dominio della IP: c'è una differenza importante (BL, p. 44): la concessione di diritti di proprietà perpetua è efficiente nel caso di proprietà fisica, ma non nel caso di IP, dato il valore sociale positivo del pubblico dominio della IP. Si noti che dovrebbe essere posto un limite alla durata del divieto di decriptare i software o essere introdotta una qualche clausola di *fair use* (vedi sotto), per dare la possibilità di non rispettare il divieto di decriptaggio. Sviluppare tecnologie per il criptaggio ha un costo, così come sviluppare tecnologie per il decriptaggio. I costi di questo “braccio di ferro” sono paragonabili ai costi di *rent-seeking*.
- Indirect appropriability
- Il caso generale in cui è possibile per il produttore appropriarsi del surplus generato dalle copie del prodotto originale si definisce come indirect appropriability. L'idea è che in

alcuni casi è possibile fare pagare un prezzo “basso” a chi non effettua copie, e un prezzo “elevato” a chi ne effettua. Si tratta dunque di un esempio di discriminazione di prezzo. Se è possibile la discriminazione di prezzo, allora è possibile che i profitti del produttore aumentino in presenza di attività di riproduzione del bene. Se venisse praticato solamente il prezzo “elevato”, solamente coloro che intendono fare copie acquisterebbero l'originale, e questo non permetterebbe di ottenere profitti dalla vendita del bene a coloro che non intenderebbero fare copie. Se si praticasse solo il prezzo basso, allora entrambe le categorie di consumatori acquisterebbero il bene ma il produttore dell'originale non potrebbe appropriarsi del surplus che potrebbe ottenere da coloro che sarebbero disposti a pagare il prezzo elevato (LI, p. 948).

- L'argomento sulla discriminazione di prezzo si applica bene al caso delle biblioteche. Le riviste scientifiche che si trovano nelle biblioteche vengono pagate di più da queste ultime che da un singolo acquirente. Questo si spiega con il fatto che i volumi nelle biblioteche vengono fotocopiati e tramite un prezzo maggiore le case editrici recuperano parte del valore che viene posto sulle fotocopie dagli altri utilizzatori. Le biblioteche di contro sono disponibili a pagare un prezzo maggiore perché il fatto di permettere fotocopie aumenta il valore della biblioteca stessa (essendo un servizio di valore per gli utenti), e quindi la biblioteca può ottenere ad esempio maggiori fondi (che quindi le permettono di pagare i prezzi elevati delle riviste). E' cioè fondamentale che coloro che effettuano le copie siano in grado di appropriarsi in qualche modo del surplus di coloro che consumano le copie, altrimenti non sarebbero disposti a pagare quel prezzo “elevato” che viene loro praticato.
- Esempio numerico su LM, pp. 65-66. L'utilità di leggere un originale è $U(0) = 20$, fare una fotocopia riduce della metà il valore dell'utilità, per cui $U(1) = 10$ e $U(2) = 5$, dove $U(1)$ è l'utilità della lettura di una fotocopia e $U(2)$ l'utilità della lettura della fotocopia di una fotocopia. Si assume che il costo di una fotocopia $C = 4$, per cui non vale la pena di fare tre fotocopie. Si assuma che il produttore del bene ha due possibili acquirenti, A e B. B conosce C e D. A sarà disposto a pagare $p = U(0) = 20$. Quanto sarà disposto a pagare B? B può vendere una fotocopia a C che ne può fare una fotocopia e venderla a D per un prezzo pari a $p = U(2) = 5$. Quindi B può vendere una copia a C per un prezzo pari a $p = U(2) + U(1) = 15$. Infine B è disposto a pagare per l'originale la somma della sua utilità $U(0) = 20$ e del suo profitto, uguale a 15, per un totale di 35. Quindi, se il produttore dell'originale può discriminare il prezzo, potrà praticare un prezzo a B pari a 35 e un prezzo a A pari a 20, ottenendo un profitto totale pari a 55. Se provasse a praticare il prezzo uniforme di 35, allora A non comprerebbe il bene e il suo profitto sarebbe pari a 35. Se praticasse il prezzo pari a 20, venderebbe sia ad A che a B ma il profitto sarebbe pari a 40.
- Questione del “fair use”. Specifico della legge USA. (S, p. 77): in questo caso il punto è che è certi utilizzi delle opere protette da copyright non ne costituiscono violazione se si configurano come “fair use”. Esempi sono: commenti, critiche, utilizzo nelle notizie, nell'attività di insegnamento o di ricerca, parodie, fotocopie in biblioteca e *reverse engineering*. Il Congresso ha individuato quattro fattori per decidere nei casi di dispute sul “fair use” (LP, p. 115): 1) lo scopo e il carattere dell'utilizzo, al fine di valutare se sia diretto a scopi commerciali o *nonprofit*; 2) la natura del lavoro protetto; 3) l'ammontare e la sostanza del materiale copiato, in relazione all'opera nel suo complesso; 4) l'effetto della copia sul mercato potenziale del titolare del diritto o sul valore dell'opera.

- L'orientamento generale era comunque di punire penalmente le violazioni di copyright che avessero uno scopo di tipo commerciale o di guadagno privato. Negli anni recenti il criterio si è fatto più restrittivo (esempio: *hackers* che distribuiscono software in rete per motivi “ideologici”). Di fatto esistono ampi margini di discrezionalità per un giudice che deve valutare se un utilizzo non autorizzato si configuri o meno come “fair use”.
- La logica sottostante è quella di permettere degli utilizzi “liberi” di materiale protetto da copyright quando altrimenti si sarebbero dovuti sostenere dei costi di transazione elevati. Ad esempio è legale citare lavori altrui in un saggio scientifico se si cita la fonte. Negoziare di volta in volta la possibilità di utilizzo del materiale con gli autori sarebbe inutilmente dispendioso. (LM: p. 74). Stesso discorso in relazione ad attività come realizzare recensioni, parodie, ecc. (S, p. 115). In questo caso si hanno dei benefici per l'utilizzatore (che ad esempio fa una citazione), ma non vengono recati danni all'autore (che ad esempio non vede pregiudicato il valore della sua opera o il suo potenziale commerciale, non essendo l'utilizzatore mosso dalla ricerca di un profitto).
- E' stata recentemente avanzata una teoria secondo la quale una riformulazione del concetto di *fair use* potrebbe essere introdotta per compensare la lunghezza elevata del copyright (Posner 2004a). L'idea è che il *fair use* dovrebbe essere concesso per quelle opere per le quali l'autore, o i suoi eredi, non hanno esercitato in modo chiaro la loro volontà di esercitare il diritto di proprietà.
- Questa osservazione parte da una giustificazione del copyright, anche nei termini del Sonny Bono Act: la protezione offerta dal copyright evita il problema della congestione per la proprietà intellettuale. Il valore della proprietà intellettuale (esempio: Topolino) secondo questa visione diminuirebbe all'aumentare del numero dei suoi utilizzatori, così come il valore del *common* diminuisce all'aumentare del numero di capi di bestiame portati al pascolo.
- Questo punto di vista è stato contestato da Boldrin e Levine (2004), i quali affermano che all'aumentare del “consumo” del personaggio Topolino, è il suo prezzo di mercato che diminuisce. Cioè all'aumentare del numero di consumatori, il valore del bene diminuisce, o perché gli stessi ne consumano quantità maggiori e attribuiscono alle unità aggiuntive utilità decrescente (“quanto più un bene viene consumato, tanto più le persone diventano stanche del consumo”), o perché consumatori aggiuntivi valutano il bene meno e sono disposti a pagare un prezzo inferiore (domanda inclinata negativamente). Quindi viene negata la presenza di una esternalità negativa nel “consumo” di proprietà intellettuale, elemento fondamentale se si vuole parlare di congestione.
- Posner (2004b) ha risposto che il consumo del bene ha una dimensione privata, il beneficio derivante direttamente dal consumo, e una dimensione sociale, che dipende dal numero di utilizzatori del bene in questione. E' sua opinione che la “sovraesposizione” di un prodotto come l'immagine di Topolino generi effetti negativi per i consumatori, che percepiscono come “comune” l'utilizzo di quel bene, che possono essere superiori del beneficio diretto derivante dal consumo.