

# Divieto di copie in serie anche senza il «Drm»

## Il contratto vincola sempre i comportamenti degli utenti

**Antonio Dini**

■ La musica senza lucchetto digitale (il famigerato «Drm», Digital rights management) non è la fine della tutela giuridica del diritto di riproduzione. E soprattutto non autorizza in alcun modo la copia illimitata.

La decisione presa da Apple due giorni fa di rimuovere entro poche settimane i vincoli tecnologici alla copia non autorizzata dai 10 milioni di brani a catalogo che vende in tutto il mondo attraverso il suo negozio di musica, film e telefilm digitali iTunes store (si veda «Il Sole 24 Ore» di ieri), non affievolisce infatti in alcun modo gli obblighi contrattuali che intercorrono tra il venditore e l'acquirente della musica.

«In pratica - spiega l'avvocato esperto di diritto industriale e della rete Laura Turini - è come se in una strada in cui vi è il limite di velocità ai 50 chilometri all'ora avessero rimosso i dissuasori, cioè i dossi artificiali che impediscono alle macchine di correre. L'auto senza dossi può violare più facilmente la legge, ma la norma rimane e la sanzionabilità della violazione anche».

Il problema nasce prima ed è legato alla natura stessa delle tecnologie digitali: la possibilità da un lato di rendere immateriale la musica trasformandola in bit e dall'altra di trasferirla tramite internet molto rapidamente e in potenza a milioni di sog-

getti che non l'hanno legalmente acquistata. Questo cambiamento, che la giurisprudenza statunitense ha cristallizzato nelle prime cause legate al servizio illegale di condivisione della musica in rete «Napster» alla fine degli anni Novanta, ha travolto l'industria discografica e, in un secondo momento con la copia digitale illegale di film e telefilm, anche Hollywood.

Il vuoto legislativo, le sanzioni ritenute sproporzionate da molti degli utenti e infine i sistemi di vendita dei beni digitali (vincolati oltre misura dal lucchetto digitale dei sistemi di gestione dei diritti digitali di copia, Drm) hanno alienato buona parte del pubblico di consumatori. Che ha trovato nella pirateria una risposta spesso più adatta alle sue esigenze.

«La decisione di Apple, presa in accordo con le major discografiche, e il dibattito sulla maggiore o minore efficacia di queste misure era nell'aria già da parecchio tempo», spiega Mirella Naj Oleari, avvocato esperto di proprietà intellettuale. «La conseguenza però - aggiunge Naj Oleari - è che non ci sarà il crollo delle vendite e l'esplosione della copia, che in realtà sono già avvenuti. Piuttosto, torneranno quelli che prima coprivano e adesso vogliono rispettare la legge ma senza perdere la flessibilità che i Drm negavano nella fruizione del prodotto, e cioè il pieno godimento del diritto di copia privata, ad esempio».

Nel caso di iTunes store, il negozio online di musica digitale di Apple presente in più di 70 Paesi e che controlla i tre quarti del mercato, la licenza viene sottoscritta dall'utente al momento dell'iscrizione al servizio. Prevede regole precise per l'uso corretto della musica (e

## Parole in Rete

### Drm

■ Acronimo inglese per «Digital rights management», gestione dei diritti digitali. È un meccanismo tecnologico utilizzato dal venditore per regolare la diffusione e la fruizione (cioè l'accesso) al contenuto. Può avere modalità differenti: dal sistema di crittazione Cms utilizzato per impedire la copia dei Dvd video e vincolarne la riproduzione ai lettori appartenenti alla medesima regione, sino ai sistemi per impedire la copia di brani musicali acquistati online sugli apparecchi non registrati digitalmente

### Mp3 e Aac

■ I due formati digitali più diffusi per la musica venduta attraverso Internet. Comprimono i brani senza alterarne in maniera sensibile la qualità e consentono di utilizzare differenti tipologie di Drm

### Vendita e abbonamento

■ I sistemi di Drm possono essere privi di scadenza, cioè il contenuto diviene utilizzabile senza limiti nel rispetto delle norme; oppure sottoposti a rinnovo, come nel caso dei servizi di abbonamento che consentono a un prezzo pattuito di accedere per un certo lasso di tempo a biblioteche di contenuti e poi disabilitano

### iTunes store

■ Il più grande tra i negozi che vendono musica digitale nel mondo. Il catalogo di 10 milioni di brani ha avuto 6 miliardi di download

negli Usa anche di film e telefilm in formato digitale) acquistabile a prezzi compresi tra i 69 centesimi di euro fino a 1,29 euro. In particolare, la musica può essere utilizzata solo su computer, iPod e altri lettori digitali di proprietà dell'acquirente o dei familiari, masterizzata su Cd che non possono essere venduti o ceduti a terzi.

«Il punto centrale - spiega Naj Oleari - è che non bisogna fraintendere questa liberalizzazione con una facoltà di fare tutto perché tutto è lecito. I vincoli giuridici precedenti esistono ancora, anche se adesso la flessibilità indica che le case discografiche e la Apple hanno scelto la strada di una maggiore fiducia verso il senso di responsabilità dei consumatori».

Molte delle difficoltà dei consumatori a comprendere il funzionamento dei nuovi strumenti digitali rispetto all'utilizzo di contenuti tutelati dal diritto d'autore e dal diritto di riproduzione deriva non solo dall'ambiente inconsueto (e dalla facilità con la quale è possibile violare le norme, soprattutto ai più avveduti tecnologicamente) ma anche dal sovrapporsi di tradizioni giuridiche differenti. «In Italia ha ovviamente vigore la legge italiana - spiega Laura Turini - che si ispira alla tradizione del diritto francese per quanto riguarda la nozione di diritto d'autore. Per la nostra concezione la tutela della paternità dell'opera non è cedibile, ma deve sempre essere garantita, mentre negli Stati Uniti è più importante il copyright perché in quella visione è prevalente l'aspetto economico».

