

## Il diritto è d'autore?

### Quale passaggio al futuro per il nodo tra proprietà intellettuale e *open access*

Il dibattito scientifico sul diritto d'autore si sviluppa nel momento in cui si rompono i confini dell'autorialità e attraversa la società moderna essenzialmente dal momento in cui si moltiplica la possibilità di fatto della riproducibilità dell'opera d'arte. Il corpus di norme giuridiche finalizzate alla tutela dell'ingegno è un'invenzione relativamente recente di cui non si è avvertita l'esigenza fino alla diffusione della stampa nel XV secolo. È proprio grazie alla stampa che comunicazione e conoscenza iniziano a smarcarsi dalla situazione concreta dell'interazione sociale. Il procedimento industriale che incoraggia la diffusione delle opere letterarie in serie sembra realmente garantire *quel sapere* alla portata di tutti: la conoscenza, così, viene ad assumere il carattere della disponibilità diffusa e questo permette modi sempre più fluidi e rapidi della diffusione del sapere. E la nostra era digitale produce una sostanziale *desacralizzazione, smaterializzazione e liquidità* dell'opera dell'ingegno che non è posseduta ma vissuta, è collettivamente diffusa ma non distribuita in modo lineare e infine è infinitamente riproducibile di nuove forme dotate di autonomia. Come scrive Benjamin, opere e autori vanno considerati da quanto contribuiscono alla "produzione di altri produttori" e "al mutare degli apparati". La lettura del pensatore tedesco in merito alla metamorfosi dell'arte nell'epoca della riproducibilità non significa una liquidazione, ma uno spostamento della problematica della sua validità e della sua funzione: *dalla centralità dell'opera alla centralità della percezione e dunque dell'esperienza del fruitore*<sup>1</sup>. A sua volta, l'interesse delle scienze sociali per l'argomento si deve in primo luogo al tentativo di applicare il concetto di individuo (**fruitore**) alla nascita dell'**autore** e al suo riconoscimento come proprietario della sua opera. Si fa sempre più strada l'urgenza, da un lato, di salvaguardare il diritto di accessibilità ai testi culturali e informativi riducendo ogni genere di divario compreso quello digitale e, dall'altro, di ridefinire concetti tradizionali come *autore, originalità, creatività* grazie ad una lettura "sociologica" in grado di mettere in luce nuovi nessi e intersezioni.

Tre sono gli aspetti che intendo affrontare e problematizzare in questo intervento:

- 1) **L'individuo come *autore* al tempo della modernità**
- 2) **Il rinnovamento del diritto d'autore: nuovi equilibri tra cultura della gratuità, legalità e valorizzazione dell'autore**
- 3) **Come valorizzare la "cultura convergente" della comunicazione per sensibilizzare ai diritti d'autore**

---

<sup>1</sup> W. Benjamin, 1966, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi.

L'evoluzione del concetto di **individuo** è andata di pari passo con il processo di affermazione della società di oggi. Tale termine rappresenta il portato dell'organizzazione sociale della modernità. Per i sociologi, il concetto di individuo e di individualismo ha da sempre rappresentato uno degli elementi in grado di descrivere e raccontare la società contemporanea<sup>2</sup>. In particolare, i sistemi sociali organizzano la loro comunicazione in relazione all'individuo, che assume nella modernità una rilevanza che prima apparteneva a categorie sociali collettive. Ciò significa che all'individuo viene attribuita una libertà d'azione che in precedenza veniva fortemente condizionata dal contesto sociale.

Una concezione aggiornata del rischio ha sostituito la capacità esplicativa della razionalità rispetto allo scopo e l'individuo sembra più fragile, nella misura in cui non è in grado di legittimare l'ordine complessivo della società, avendo perduto sia possibilità che capacità di orientamento<sup>3</sup>. Come si legge dalla letteratura scientifica di riferimento, il mondo de-tradizionalizzato ha prodotto una caratteristica *pluralizzazione dei percorsi biografici* che può rappresentare occasione di maggiore libertà e autonomia. Gli individui, pertanto, sono in grado di porre al proprio centro la dimensione, prettamente moderna, della "propria vita"<sup>4</sup>.

La modernità – caratterizzata dalla rigidità dell'organizzazione territoriale, dalla forza statale, dall'immobilità e dalla presenza pervasiva delle istituzioni, dalla certezza delle conoscenze, dall'ordine inteso sia come sicurezza e affidabilità sia come certezza della propria posizione all'interno di una cosmologia predeterminata – sembrerebbe perduta per sempre, lasciando spazio ad un tempo in cui la leggerezza, la trasferibilità, l'abbandono, il nomadismo, la transitorietà, la caducità, la provvisorietà, l'inconsistenza, il riciclaggio sia nel senso ecologico sia nel senso cognitivo emergono come cifre distintive. *Il codice genetico, l'eredità, la tradizione svaniscono per riemergere in nuove formule problematiche tutte da indagare. La perdita delle capacità di orientamento è tale da far apparire l'uomo contemporaneo come entità "liquida", senza storia e senza profondità*<sup>5</sup>.

Al tempo stesso questi deve fare i conti con quello che è uno dei caratteri più tipici della modernità: *l'instabilità*. Se è vero che in linea di principio tutti gli individui sono inclusi nella società moderna, al tempo stesso si attiva una molteplicità di esclusioni, non ultime quelle digitali<sup>6</sup>. Incertezza e liquidità del tempo moderno producono una *ricerca* incessante e spasmodica da parte del soggetto sociale non affatto distaccato dagli accadimenti (*blasè*) ma partecipe e soprattutto *curioso* della realtà circostante. *Curiosità* da intendere come quella qualità da apprezzare e valorizzare nella società moderna in quanto premessa indispensabile per la creatività. A livello soggettivo, poi, la curiosità rappresenta la preconditione per il cambiamento e l'evoluzione sociale. Pertanto,

---

<sup>2</sup> N. Elias, 1969, *Über den Prozeß der Zivilisation*, Bern, Francke, trad. it., *Il processo di civilizzazione*, Bologna, Il Mulino, 1988.

<sup>3</sup> Z. Bauman, 2000, *Liquid Modernity*, Cambridge, Blackwell; trad. It., *Modernità liquida*, Roma-Bari, Laterza, 2000.

<sup>4</sup> U. Beck, 2000, *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, 1 ed., traduzione di Walter Privitera, Carlo Sandrelli, Carocci Editore.

<sup>5</sup> M. Morcellini, 2003, *Lezione di comunicazione*, Ellissi, Napoli.

<sup>6</sup> N. Luhmann, 1987, *Teoria politica nello stato del benessere*, Milano, Franco Angeli.

l'invenzione e la creazione individuale diventano valori sociali che hanno bisogno di rispetto e protezione. Ciò significa che non solo la società si impegna a promuovere creatività e innovazione individuali ma anche che la stessa creatività e originalità devono essere protette legalmente. E il diritto d'autore, come protezione giuridica della creatività individuale, mostra conseguenze non solo ideologiche, ma anche economiche<sup>7</sup>. Esiste, poi, un *comune sentire mondiale* secondo cui non vi è un capitalismo accettabile e un'economia competitiva e sostenibile senza *innovazione e creatività*. La creatività porta idee innovative. Per Steve Jobs, ad esempio, la creatività è collegare le cose. Egli ritiene che una vasta gamma di esperienze espande la nostra comprensione della esperienza umana. *E l'innovazione è un modo nuovo di fare le cose capace di produrre un cambiamento positivo*. Rende la vita migliore<sup>8</sup>.

Le nuove dinamiche di spiazzamento, frustrazione ed emarginazione connesse all'attuale rapidità del mutamento culturale (non solo nelle periferie della scena mondiale, ma all'interno degli stessi Paesi "titolari" della modernità) meritano certamente l'attenzione dei governi e degli intellettuali; le risposte ed i correttivi che questi ultimi sono chiamati ad immaginare ai fini una distribuzione più equa e democratica del capitale cognitivo e culturale si rivelano tanto più urgenti e necessari via via che si rafforza la meta di un mercato comune della comunicazione e della cultura.

Ma qual è il confine oggi tra autore e fruitore? Il sistema culturale moderno fortemente democratizzato e la presenza delle tecnologie digitali hanno favorito la diffusione sociale sia della *facoltà di comunicare che della creatività*. E così nell'epoca della *remixabilità digitale* tutti diventano, o possono diventare, autori. Il remix è quello di consumatori che provano a cimentarsi nel ruolo di produttori culturali. E l'autore nelle reti vive del massimo della soggettività e della socialità; vive realtà multiple. Mondi paralleli che convergono e cooperano. Scriveva profeticamente Roland Barthes: "quando la scrittura comincia, l'autore entra nella propria morte"<sup>9</sup>. Oggi questa affermazione potrebbe suonare più o meno così: quando comincia *la produzione digitale e partecipativa l'autore muore, viene meno, scompare*.

La morte dell'autore presenta due aspetti principali: uno più strettamente psicologico e filosofico, su ciò che esiste dentro l'individuo, e uno che riguarda il significato dei testi e il modo in cui essi vengono interpretati. Ma, nonostante la **fragilità e morte dell'autore** preconizzata da pensatori come Foucault (1969) e Barthes (1988), l'autore non scompare, continua a scrivere, viene tenuto in vita dal lettore, dal suo desiderio e dalla empatia che si viene a creare tra i due soggetti. Le tradizionali prerogative dell'autore quali *autorità, autonomia dell'opera, proprietà intellettuale* sembrano venir meno a causa delle possibilità che ha il lettore di scegliere il proprio percorso attraverso il metatesto, di annotare testi scritti da altri e di creare collegamenti tra essi. La produzione culturale predilige il *network, la convergenza, la cooperazione interpretativa*. Si parla di

---

<sup>7</sup> G. Laroschelle, 2000, *Da Kant a Foucault: che cosa resta del diritto d'autore*, in "Bollettino telematico di filosofia politica", <http://bfp.sp.unipi.it/btftp/>.

<sup>8</sup> C. Gallo, 2011, *Pensare come Steve Jobs*, Sperling & Kupfer.

<sup>9</sup> R. Barthes, 1968, *La morte dell'autore*, trad. it., *Il brusio della lingua*, Torino, Einaudi, 1988.

testi, metatesti, ipertesti, intertesti, di soggetti che dialogano e producono nuovi testi che si intrecciano e si fondono con altri testi ancora.

Ma se l'autore sopravvive, difende la propria creatività ed unicità, crea, si ricrea nei movimenti cooperativi e costruttivi del testo multimediale, cosa accade ai diritti d'autore? Da Kant in poi, si è operata una distinzione tra un *corpus mystichus*, ossia l'opera come bene immateriale, e un *corpus mechanicus*, ossia il supporto attraverso cui l'opera viene distribuita e diffusa. Attribuire l'opera al suo autore significa operare nella direzione di una sovrapposizione sostanziale tra il contenuto dell'opera e lo spirito dell'autore: opera e spirito non sono distinguibili dal momento che sono intimamente connessi<sup>10</sup>. Se nel passato il diritto d'autore era legato alla necessità di garantire la creatività, traducendola in un diritto individuale alla proprietà intellettuale che permetteva all'autore di sfruttare il prodotto della propria genialità, oggi i nuovi media rendono sempre più veloce e semplice il lavoro di riproduzione e diffusione dell'informazione e della cultura. E viaggiando nel mondo virtuale l'opera diventa liquida, sfuggente. Nonostante i profondi e rapidi cambiamenti, il diritto d'autore è sempre e comunque il *salario dei creativi*, di coloro che creano opere da quelle più tradizionali come romanzi, poesie, canzoni, musiche, a quelle più moderne come possono essere i software e le banche dati.

Sui media partecipativi a base digitale il pubblico non è più concepito come l'insieme degli spettatori di cui catturare l'attenzione; su Internet, "pubblico" ritorna al suo originario significato di "comune, condiviso, partecipato": non più soggetti da persuadere, ma reti di persone che dialogano tra loro; non più target da colpire, ma comunità di relazioni. Tutto ciò provoca l'eliminazione delle barriere e la diffusione del *citizen journalism*, ad esempio: un esercito di singole persone dotate di telefoni cellulari, videocamere e blog sta sostituendo rapidamente i media tradizionali come fonte di informazione affidabile ad ampio raggio. L'inedito matrimonio tra le parole *citizen* e *journalism* offre il presupposto per la creazione di immensi serbatoi di contenuti, aprendo frontiere inedite per la loro gestione<sup>11</sup>. I weblog o blog, come sono comunemente conosciuti, rappresentano l'espressione più attiva e più sorprendente di questa tendenza alla partecipazione. Tali sistemi di editoria personale hanno dato avvio ad un fenomeno che mostra i segni di una rivoluzione - offrendo ad ognuno con il giusto talento e la giusta energia - la possibilità di essere ascoltato e letto ovunque nel Web<sup>12</sup>. Eppure per il giornalismo dal basso non mancano le critiche di quanti lamentano il pressapochismo e la scadente professionalità con cui vengono confezionate le informazioni da una massa di dilettanti che si improvvisano giornalisti senza averne la formazione e la cultura adeguata. Ma il vero problema non è valutare se le notizie

---

<sup>10</sup> I. Kant, *Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung* (1784), trad. it. su <http://bfp.sp.unipi.it/classici/illu.html>

<sup>11</sup> M. Gaggi, M. Bardazzi, 2010, *L'ultima notizia. Dalla crisi degli imperi di carta al paradosso dell'era di vetro*, Rizzoli.

<sup>12</sup> Si tratta di un contesto che non presenta ancora una precisa qualificazione giuridica dal momento che la legge n. 62 del 2001 (introduttiva della nozione di prodotto editoriale) non ha sancito una reale equiparazione tra stampa cartacea e stampa telematica, in parte per volontà dello stesso legislatore che con il successivo d.lgs. n. 70 del 2003 ha ritenuto opportuno specificare che la registrazione della testata giornalistica on line è obbligatoria solo se l'editore intende richiedere le provvigioni statali sulla stampa; in parte perché la Corte di Cassazione ha deciso in alcune sentenze e, in particolare nell'ultima (n. 7155 del 2011, V sez. pen.), di non ritenere applicabile all'informazione on line la disciplina prevista dalla legge sulla stampa.

prodotte rappresentino informazione di qualità ma si tratta di verificare se la quantità possa trasformarsi in qualità.

L'informazione consuma attenzione.

Quindi l'abbondanza di informazione genera una povertà di informazione e induce il bisogno di allocare quell'attenzione efficacemente tra le molti fonti di informazione che la possono consumare<sup>13</sup>. Come scrivono Gaggi e Bardazzi, da un lato, i profeti della rete ritengono che l'informazione digitale si mostrerà sempre più democratica perché meno influenzata dai processi produttivi e più economica, dall'altro si vive il rischio di ritrovarsi in uno scenario apocalittico nel quale l'informazione frammentata in molteplici pezzi digitali non sarà assolutamente in grado di fare opinione o mostrare autorevolezza producendo una incessante perdita di valore della stessa<sup>14</sup>.

Senza dubbio, la disciplina attuale della proprietà intellettuale appare fortemente rigida e poco adattabile al nuovo contesto e si avverte da più parti la necessità di costruire un modello alternativo di gestione dei diritti d'autore. La normativa sul diritto d'autore si mostra anacronistica e nel tempo attuale deve far fronte a:

- Accesso libero e gratuito ai contenuti
- Superamento dei modelli classici di mercato
- Pirateria dei contenuti

Oggi è necessario ed inevitabile un ripensamento dell'impianto normativo sul diritto d'autore che deve muovere da una necessaria riscrittura della legge, che abbia come obiettivo il giusto contemperamento degli interessi **degli autori**, che necessitano di ritrovare la loro centralità, **dell'industria culturale**, che va tutelata nei suoi investimenti economici, e della **collettività**, la quale deve usufruire delle opere con regole certe e chiare.

È arrivato il tempo, oramai, di costruire, con la collaborazione di tutti gli operatori e dei soggetti pubblici interessati, un differente impianto legislativo, moderno, meno ridondante, in grado di adattarsi alla tecnologia e alle inedite modalità di comunicazione multimediale e digitale, nell'ottica della tutela dei diritti degli autori e degli operatori nei nuovi mercati globali delle reti e dei servizi. È necessaria una tutela giuridica certa, ma al tempo stesso sostenibile ed efficace; pertanto bisogna muoversi nel segno della semplificazione e della chiarezza normativa, in particolar modo nelle definizioni di soggetti, forme creative tutelate, e specifiche metodologie di tutela. Si deve necessariamente giungere ad una nuova stagione di integrazione e di bilanciamento che, da un lato, tuteli l'opera dell'ingegno e dall'altro garantisca una più ampia e libera circolazione della conoscenza e del sapere tra diritto esclusivo e libertà d'accesso all'informazione e alla conoscenza.

---

<sup>13</sup> Herbert Simon citato in L. De Biase, 2009, *Il giornale non è la sua carta*, in *Problemi dell'Informazione*, numero 3, dicembre.

<sup>14</sup> M. Gaggi, M. Bardazzi, 2010, *op. cit.*

Come emerge dai dati della nostra ricerca, i giovani in generale, e gli studenti universitari della Sapienza in particolare, non percepiscono la differenza tra ciò che è legale e ciò che non lo è. Il prodotto digitale dà la sensazione di qualcosa che in effetti non costa nulla; è volatile, non ha una sua materialità. Può essere riprodotto senza alcun problema e duplicato con semplicità. E i *nativi digitali* o non conoscono la legge o non si pongono assolutamente il problema delle violazioni.

Eppure, in un ambiente quale quello digitale, dove quasi tutto è possibile, ma non sempre legale, è fondamentale insegnare alle nuove generazioni quali sono le loro responsabilità e i loro diritti. La vera scommessa, pertanto, consiste nel gettare un ponte tra le azioni d'uso delle tecnologie espresse dai ragazzi e le pratiche normative e legali. Oggi non è più possibile ignorare l'esistenza del copyright perché ognuno di noi può creare, distribuire e riutilizzare materiale presente in rete per dare vita ad opere nuove.

Si deve trovare un equilibrio tra educazione e sanzione e spingere l'utente a fermarsi un secondo a riflettere, ma è un compito difficile in quanto la tecnologia corre sempre più veloce delle leggi: quando basta un click è difficile fermarsi a riflettere un secondo prima. Siamo consapevoli, al tempo stesso, che indietro non si torna, e che in qualche modo si deve adeguare la normativa ai nuovi e sempre più affascinanti dispositivi mediali e culturali.

È fondamentale, allora, che gli utenti siano informati prima di tutto sui principi e le regole del diritto d'autore. Ciò può accadere solo comunicandolo in modo efficace ed efficiente. Spesso i soggetti istituzionali sembrano dimenticare che la comunicazione e la cultura rappresentino le forme più universali di partecipazione alla società<sup>15</sup>. La comunicazione può e deve fungere, nella società dell'informazione e della conoscenza, da straordinario strumento di formazione ed educazione. La prima rappresenta la forza *basica*, la rete inserita in un sistema evolutivo dinamico, la seconda permette all'uomo, soggetto personale e sociale, di reggere verso il cambiamento<sup>16</sup>.

Perché, viene da chiedersi, le comunicazioni istituzionali sul diritto d'autore non iniziano a sfruttare le potenzialità offerte dalla *cultura convergente*? Perché non usare strategicamente le tecnologie comunicative per diffondere la *cultura dell'autorialità*? Servirsi delle possibilità offerte dalla comunicazione integrata "a due vie", download e upload, ricezione e trasmissione, che caratterizza la rete e in generale le tecnologie ICT per formare alla cultura del diritto d'autore e ad una inedita *sensibilità convergente*.

Sono opportuni gesti concreti perché, se ci si abitua a fruire gratuitamente di qualunque prodotto della cultura, è evidente che il soggetto che cura quel prodotto fa poi fatica a mantenersi. Dobbiamo pensare alla comunicazione *reticolare* come amica della diffusione della cultura del diritto d'autore. E lo può essere ancor di più se gli esperimenti creativi e divertenti realizzati attraverso You Tube, ad esempio, possano servire per far conoscere le peculiarità e i processi che coinvolgono l'idea di soggettività creativa.

---

<sup>15</sup> M. Morcellini, *op. cit.*, 2003.

<sup>16</sup> *Ibidem*.

Diffondere una sensibilità alla proprietà intellettuale attraverso la comunicazione ma anche la formazione, e dunque la scuola. Nonostante le evidenze, questa rappresenta il campo principale di elezione per l'educazione soprattutto delle nuove generazioni. Proprio nella scuola e nell'università si dovrebbe individuare il campo fisico nel qual far germogliare il seme della legalità. Appare interessante pensare ad un percorso di formazione ed educazione alla creatività in grado di offrire agli studenti la possibilità di acquisire le conoscenze necessarie per individuare le differenze tra diritto d'autore e copyright. Ma è soprattutto necessario sensibilizzare i giovani riaffermando quei principi che regolano la proprietà intellettuale e, al tempo stesso, giungere a forme di tutela aperte nella gestione del diritto d'autore, modalità di licenze alternative che il sistema non può ignorare. La metodologia della formazione permette di riflettere insieme agli studenti universitari sulle radici positive antropologiche, estetiche, filosofiche e giuridiche della proprietà intellettuale, e comprendere poi come il concetto di proprietà si sia evoluto e fornire, successivamente, gli strumenti del pensiero critico per far capire quanto in realtà il diritto d'autore rappresenti una protezione ragionevolmente equilibrata e costituzionalmente concreta in quanto affonda le radici in quella che è la nostra identità per cui non esiste libertà senza diritto e non esiste una libertà senza proprietà.

Esclusivamente nella **cooperazione creativa e partecipativa, un mix integrato tra formazione e comunicazione** si può ipotizzare il diffondersi di una consapevolezza attenta in merito agli aspetti critici e problematici del diritto d'autore. La sensibilizzazione e la formazione a queste tematiche rappresentano una delle sfide più stimolanti che si presentano ai nostri occhi. Spiegare cosa accade a colui che ha creato l'oggetto/opera e si vede defraudato fisicamente del proprio lavoro è compito principale che deve svolgere una società civile che crede che ogni lavoro abbia pari dignità.

Non è più il tempo delle attese, delle barriere o degli scontri. È, al contrario, arrivato il momento di costruire, con la partecipazione di tutti gli operatori e dei soggetti pubblici interessati, un diverso apparato normativo, moderno, chiaro e semplice che, al tempo stesso, difenda i diritti degli autori nei nuovi mercati globali delle reti e della comunicazione e che non escluda alcun individuo dalla possibilità di creazione, condivisione e cooperazione creativa dei prodotti digitali.

Più che il file-sharing, il peer2peer o la pirateria è il parassitismo, le spinte pregiudiziali e l'incapacità di adeguarsi al mondo che cambia a danneggiare chi fa cultura nel paese. Una strada da percorrere tutta in salita, senza dubbio, che deve però superare i protezionismi, abolire i monopoli e garantire concorrenza e la più ampia condivisione della conoscenza e delle nuove forme di tutela dei diritti d'autore, valorizzando quelle pratiche che sappiano rispondere alle esigenze del *palcoscenico digitale* nel quale inesorabilmente siamo tutti autori.

## Bibliografia

- AGCOM, *Il diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica. Indagine conoscitiva*, 2010.
- Artisti e intellettuali, la "protezione" cominciò fin dall'antichità in "Il diritto d'autore nell'era digitale", Dire, 2009.
- Barthes R., 1966, *Critique et vérité*, Seuil, Paris, tr. it. *Critica e verità*, Einaudi, Torino, 1969.
- Barthes R., *La morte dell'autore*, in Id., *Il brusio della lingua, Saggi critici IV*, Torino, Einaudi, pp.51-56, 1988.
- Bauman Z., 2000, *Liquid Modernity*, Cambridge, Blackwell; trad. It., *Modernità liquida*, Roma-Bari, Laterza, 2000.
- Beck U., 2000, *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, 1 ed., traduzione di Walter Privitera, Carlo Sandrelli, Carocci Editore.
- Benedetti C., *L'ombra lunga dell'autore: indagine su una figura cancellata*, Feltrinelli, 1999.
- Benjamin W., *L'autore come produttore*, in *Avanguardia e Rivoluzione. Saggi sulla letteratura*, Einaudi, Torino, 1973.
- Benjamin W., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino, 1966..
- Borrelli D., Di Cori P., (a cura di), *Rovine future. Contributi per ripensare il presente*, Lampi di Stampa, 2010.
- Calvino I., *Se una notte d'inverno un viaggiatore*, Mondadori, Milano, 2000.
- De Biase L., 2009, *Il giornale non è la sua carta*, in "Problemi dell'Informazione", numero 3, dicembre.
- De Tullio E., (a cura di), *La ricchezza intangibile. Proprietà intellettuale e competitività del settore audiovisivo*, Zone –Rai Eri, Roma, 2011.
- Eco U. *Lector in fabula*, Milano, Bompiani, 1979.
- Eco, U. *Opera aperta*, 2a ed., Bompiani, Milano, 1967.
- Elias N., 1969, *Über den Prozeß der Zivilisation*, Bern, Francke, trad. it., *Il processo di civilizzazione*, Bologna, Il Mulino, 1988.
- Foucault M., 1969b, *Qu'est-ce qu'un auteur?*, Bulletin de la Société française de philosophie, 63 (3), pp. 73-104, tr. it. *Che cos'è un autore?*, in *Scritti letterari*, Feltrinelli, Milano, 1971.
- Foucault M., *L'archeologia del sapere* (1969), Milano, Rizzoli, 1997.
- Habermas J., *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Laterza, Roma-Bari, 1995.



Jacobini G., *L'informazione digitale. Le esperienze di AdnKronos, Ansa, BBC, CBS, Corriere della Sera, The Economist, International Herald Tribune, Mediaset, Rainews 24...*, Rubbettino, Soveria Manelli, 2002.

Jenkins H., *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York 2006, tr. It., *Cultura Convergente*, Apogeo, Milano 2007.

Jenkins H., *Culture partecipative e competenze digitali. Media education per il XXI secolo*, Guerini Studio, 2010.

Kant I., *Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung* (1784), trad. it. su <http://bfp.sp.unipi.it/classici/illu.html>.

Gaggi M., Bardazzi M., 2010, *L'ultima notizia. Dalla crisi degli imperi di carta al paradosso dell'era di vetro*, Rizzoli.

Gallo C., 2011, *Pensare come Steve Jobs*, Sperling & Kupfer.

Landes W. M., Posner R. A., *The economic structure of intellectual property law*, AEI Press, Washington, 2004.

Landow, G. P., *Hypertext - The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*, Baltimore and London, Johns Hopkins U. P., 1992 (tr. it. *Iper testo. Il futuro della scrittura*, Bologna, Baskerville, 1993).

Levy P., *Cyberculture. Gli usi sociali delle nuove tecnologie*, Milano, Feltrinelli, 1999.

Luhmann N., *Die Gesellschaft der Gesellschaft*, Frankfurt a/M, Suhrkamp, 1997.

Mazzarella A., *La grande rete della scrittura. La letteratura dopo la rivoluzione digitale*, Bollati Boringhieri, 2008.

McLuhan M., *Understanding Media*, New American Library, New York, 1964; tr. it. *Gli strumenti del comunicare. Mass media e società moderna*, Il Saggiatore, Milano, 1967.

Mirabella M., *Lo spettatore vitruviano. Appunti per migliori visioni*, Armando Editore, 2011.

Morcellini M., *Lezione di comunicazione*, Ellissi, Napoli, 2003.

Morcellini M., Rizzuto F., Prattichizzo G., (a cura di), *La situazione economica e sociale dell'artista in Italia*, Rapporto di Ricerca, Uil-Unsa Edizioni, 2010.

Olivennes D., *La gratuità è un furto. Quando la pirateria uccide la cultura*, Libri Scheiwiller, 2008.

Preta A., *Economia dei contenuti: l'industria dei media e la rivoluzione digitale*, Vita e Pensiero, Milano, 2007.

Ragone G., *L'editoria in Italia. Storia e scenari per il XXI secolo*, Liguori, Napoli, 2005.

Ramello G.B. (2002), *Il diritto d'autore tra creatività e mercato*, *Economia Pubblica*, 22, 1, 37-66.

Rifkin J., *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*, Mondadori, Milano, 2000.

Toffler A., Toffler H., *Revolutionary wealth: how it will be created and how it will change our lives*, Broadway Business, 2007.

Warschauer, M. - Grimes, D. (2007), *Audience, Authorship, and Artifact: the Emergent Semiotics of Web 2.0*, *Annual Review of Applied Linguistics*, 27.