

VADEMECUM STREAMING

Questo documento ha scopi puramente informativi generali e non intende affrontare alcuna situazione specifica o fornire consulenza legale.

Di seguito riportiamo una sorta di analisi frutto di indagine e studio del “sistema streaming” in Italia e nel mondo, con l’auspicio di facilitare l’approccio a questa realtà che, anche se virtuale, è troppo spesso ignorata o trascurata e il cui potenziale è ancora assolutamente inespresso.

Seguirà una serie di domande e risposte perché chi legge possa iniziare un percorso di conoscenza e consapevolezza dei diritti legati alla figura dell’artista (inteso come creatore dell’opera d’ingegno e persona che possiede un’immagine/voce da proteggere) e dello streaming, inteso come *media* che veicola le opere e i diritti.

La prima analisi parte dalla constatazione che siamo davanti a un cambiamento storico che vede un *prima* e un *dopo* pandemia nella contestualizzazione della nostra professione, come in molte altre che di fatto stanno subendo mutamenti nell’ambito dei diritti e dello svolgimento del lavoro (smart working) suggeriamo fin da subito agli artisti che:

1. Mettano sempre nero su bianco ogni richiesta lavorativa, legata allo streaming (preferibilmente a mezzo mail), così da creare un precedente, tutelare il singolo artista e produrre documenti utili ad eventuali consulti al sindacato e/o a collaboratori legali.
2. Che contrattino il compenso tenendo conto dell’apporto produttivo che stanno fornendo in termini di location private (casa propria) e dispositivi tecnologici personali (internet, smartphone, webcam) messi a disposizione del prodotto commerciale o artistico a cui stanno prendendo parte.

3. Attraverso un contratto di scrittura giornaliera si assicurino i relativi contributi.

Che cos'è il diritto d'autore?

È il diritto d'autore che tutela e protegge 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.

Le leggi sulla Proprietà Intellettuale regolano brevetti, diritti d'autore, marchi e segreti commerciali. In sostanza, la legge sul copyright protegge i contenuti originali da essere distribuiti, visualizzati o copiati senza il consenso del proprietario del copyright.

I diritti d'autore si attribuiscono **automaticamente** al creatore del contenuto originale: non richiedono la registrazione, utilizzando il lavoro in combinazione con il simbolo © o l'uso di qualsiasi altra misura per acquisire il creatore.

Le leggi sul copyright in Italia proteggono le opere d'arte visive dalla riproduzione non autorizzata (copia), indipendentemente dal fatto che siano state registrate o meno presso l'Ufficio Copyright. Il diritto di riproduzione include il diritto di realizzare e vendere copie di un'opera d'arte, creare opere derivate (opere d'arte basate su un'opera precedente) e distribuire copie o esporre pubblicamente. Opere protette da copyright e create il 1 gennaio 1978 o successivamente ne mantengono la protezione fino a 70 anni dopo la morte dell'artista.¹

Cosa sono i diritti morali d'autore?

I diritti morali sono indipendenti dal diritto d'autore e includono il diritto di un autore di mantenere l'integrità dell'opera (che include il diritto di modificare l'opera o di usarla in associazione con un prodotto, servizio, causa o istituzione) e il diritto di essere citato come autore.

¹ art. 80 legge sul diritto d'autore 633/1941 (crf. link in sitografia)

Anche se avvenisse una cessione del copyright, i diritti morali dell'autore non possono essere assegnati al compratore e non verrebbero automaticamente esclusi. Il diritto morale è inalienabile, imprescrittibile e irrinunciabile. È, inoltre, illimitato nel tempo; dopo la morte dell'autore può essere rivendicato dal coniuge, dai discendenti e ascendenti.

Che cos'è il diritto connesso?

È il diritto che permette all'artista interprete ed esecutore primario e comprimario di maturare un compenso economico ogni volta che l'opera audiovisiva o musicale viene trasmessa via radio, tv, web, esercizi pubblici.² **Per il momento il diritto connesso non è concesso alle riprese su supporto audiovisivo dello spettacolo dal vivo.**³

Che cos'è il diritto d'immagine?

È il diritto della persona a che la propria immagine non venga, divulgata, esposta o comunque pubblicata, senza il suo consenso e fuori dai casi previsti dalla legge.

Se un'impresa mi chiede di mettere in streaming uno spettacolo che è già stato registrato, come agisco?

Controlla se hai firmato in passato una liberatoria di consenso e cessazione dei diritti a titolo gratuito e senza limiti di tempo (anche ai sensi degli artt. 10 e 320 cod.civ. e degli artt. 96 e 97 legge 22.4.1941, n. 633 - Legge sul diritto d'autore:), in ogni forma e modo, per la distribuzione e la messa in onda sulle televisioni pubbliche e private, su internet e nelle sale cinematografiche ed in ogni altro possibile e nuovo mezzo di comunicazione (comprese le pagine social e i siti), tramite pellicola, nastro, e supporti digitali e non, presenti e futuri. **In questo caso non puoi richiedere alcun compenso.** Se non hai firmato alcuna liberatoria, per lo streaming vai alla *nota a verbale* dell'art.16 CCNL⁴:

² cfr. in sitografia pagina FAQ Nuovoimaie

³ per approfondimento vedi *Nota Artisti Spettacolo dal vivo ed equo compenso* in sitografia.

⁴ art.16 CCNL 2018 (cfr. link in sitografia)

La possibilità di riprese e/o registrazioni fuori da quanto previsto al presente articolo dovrà essere preventivamente concordata con lo scritturato sia per quanto riguarda le modalità di registrazione e ripresa sia per quanto inerente il compenso dello scritturato e l'uso commerciale. Inoltre le riprese regolate dal presente articolo, a fronte di una approfondita valutazione dei budget disponibili, della tipologia di ripresa, e delle potenzialità commerciali del prodotto, potranno, con il consenso certificato di tutto il personale interessato, essere diversamente regolato sia sotto l'aspetto economico che normativo.

Se invece mi viene chiesto di registrare ex novo per la trasmissione in streaming?

Vai a leggere la *nota a verbale* dell'art.16 CCNL. Chiedi all'impresa il budget totale che verrà percepito per la messa in streaming e valuta attentamente la richiesta per la tua prestazione.

Devo firmare un regolare contratto?

Sì, ma solo se tu raggiungessi un accordo preventivo come da *nota a verbale* (ex art.16 CCNL). Al momento non si ravvisa altra regolamentazione all'interno del CCNL per questa prestazione.

Se mi chiedono di trasmettere in streaming uno spettacolo registrato per uso cosiddetto *di archivio* (telecamera fissa, durante una "filata" o una prova)?

In questo caso, in assenza di liberatoria da te firmata per la messa in onda, l'opera NON può essere trasmessa in ogni forma e modo, per la distribuzione e la messa in onda sulle televisioni pubbliche e private, su internet e nelle sale cinematografiche ed in ogni altro possibile e nuovo mezzo di comunicazione (comprese le pagine social e i siti), tramite pellicola, nastro, e supporti digitali e non, presenti e futuri.

Se faccio un provino video, una prova registrata, possono usare la mia immagine?

No, a meno che tu non firmi una liberatoria per cui concedi l'utilizzo della tua immagine e della tua voce.

Possono registrare una mia qualsiasi prestazione su supporto audiovisivo o audio senza chiedermelo?

No, hai il diritto di autorizzare la fissazione della tua prestazione, la sua riproduzione, diretta o indiretta, in qualunque modo o forma, tutta o in parte.

Se carico un mio video su un social, cosa succede?

La condivisione di opere d'arte sui social media per l'autopromozione è all'ordine del giorno. Tuttavia, ci sono implicazioni per gli artisti e i loro diritti di proprietà intellettuale quando pubblicano la loro arte su Internet, con casi molto famosi di pendenze legali ancora in atto.⁵

Il più delle volte, un utente di social media ha accettato i termini di servizio per quella piattaforma quando il suo account è stato aperto (sai, quelle caselle che devi fare clic in fondo a una pagina di caratteri piccoli). I termini di servizio proteggono anche il titolare dell'account dall'uso o dalla riproduzione non autorizzati dei loro lavori nei post di altri utenti anche quando l'artista è accreditato. Tuttavia, è l'artista-proprietario che ha la responsabilità e il costo di perseguire un trasgressore. Mentre questo è tutto vero in teoria, la realtà pratica dei termini di servizio è che la maggior parte degli utenti non li legge e, anche se lo fanno, i termini possono essere difficili da capire. Quindi, anche se l'utente ha letto i termini di servizio, potrebbe non capire che scaricare un'immagine dell'opera di un artista e, diciamo, stamparlo su una maglietta, costituirebbe una violazione del copyright.

⁵ Nel 2014, Richard Prince si è indebitamente appropriato di alcune foto di Instagram per la sua serie "Nuovi ritratti". Ha preso varie foto dal social senza permesso e ha aggiunto una grafica in stile Instagram e nuovi commenti. Le opere sono state vendute per circa \$ 100.000 alla Gagosian Gallery. Sono ancora in corso cause legali che chiedono se il suo uso fosse "trasformativo" e "fair use".

Gli utenti dei social media, tuttavia, sottoscrivono i loro diritti su piattaforme come Facebook e Instagram quando accettano termini di servizio che includono disposizioni secondo cui il servizio di hosting dispone di una "licenza di Proprietà Intellettuale" per i contenuti pubblicati dagli utenti. In altre parole, possono utilizzare le fotografie per l'autopromozione senza alcun compenso o ulteriore autorizzazione da parte del proprietario. Inoltre, alcune piattaforme potrebbero avere il diritto di condividere i lavori con altre entità terze, sebbene ciò venga raramente esercitato per evitare di turbare gli utenti.

Risulta fondamentale porre l'attenzione sul fatto che, utilizzando piattaforme software private di enti terzi (Youtube, Vimeo, Facebook, ecc), si accettano automaticamente tutte le clausole della licenza dell'applicazione o del pacchetto applicativo. In questo caso la licenza è accettata implicitamente con l'utilizzo del software; in pratica se si usa il software vuol dire che si accetta anche la licenza, mentre se non lo si usa vuol dire che non la si accetta. Accettando, di solito concedi una licenza trasferibile in tutto il mondo, esente da royalty, alla piattaforma per utilizzare qualsiasi contenuto che condividi. **Creando un account sul sito, accetti di concedere alla piattaforma di social media una licenza per utilizzare i tuoi contenuti.** Se sei un creatore di contenuti, è particolarmente importante essere consapevoli di questo fatto e assicurarti di comprendere appieno i termini e le condizioni a cui ti sei registrato, al fine di comprendere i tuoi diritti di proprietà intellettuale.

Tramite queste autorizzazioni, generalmente, si concedono i diritti commerciali e morali del media, pur rimanendo il proprio diritto d'autore. Quindi la prima verifica che fa l'algoritmo di una qualsiasi piattaforma multimediale online è appunto che l'utente che ha caricato il file ne sia l'autore. Se non risulta a primo controllo automatizzato, il caricamento è consentito fino a segnalazione contraria.

Come posso tutelare un mio media sul web?

Come misura preventiva, gli artisti prudenti mettono un "avviso" sul loro lavoro e / o fotografie del loro lavoro al fine di far conoscere agli altri

utenti lo stato protetto della loro arte visiva. Ad esempio, un artista potrebbe decidere di inserire "© 2020 NomeArtista" per eliminare qualsiasi dubbio sulla proprietà di una fotografia o di un'opera d'arte e sottolineare che non ha acconsentito al suo utilizzo da parte di altri. Maggiore è il posizionamento sul sito Web, maggiore è la probabilità che qualcuno lo veda. Posizionare le informazioni sul copyright sull'immagine stessa o nel post sono due modi per assicurarsi che l'immagine non possa essere condivisa senza l'avviso che la accompagna.

Cosa fare nel caso di violazione del copyright?

Una volta che si verifica una violazione e molto prima che venga intentata una causa, il proprietario del materiale protetto da copyright deve presentare un reclamo DMCA (Digital Millennium Copyright Act) attraverso la piattaforma di social media su cui si sta verificando la violazione. I siti Web di social media generalmente hanno questi moduli prontamente disponibili all'interno delle loro sezioni di "aiuto", ma i moduli sono più facilmente accessibili utilizzando un motore di ricerca con il nome del sito Web e "reclamo DMCA". Quindi, se un artista pubblica una foto della sua opera d'arte su Facebook e qualcuno la scarica e la ricarica nuovamente come propria, l'artista dovrebbe passare attraverso il modulo di Facebook "Segnalazione di una violazione o violazione dei tuoi diritti" per portare la violazione all'attenzione di la piattaforma. Dopo l'invio del modulo, il sito Web è tenuto a rimuovere o disabilitare il contenuto in violazione "rapidamente". Sebbene l'utente in violazione abbia l'opportunità di rispondere al reclamo con una spiegazione del motivo per cui il contenuto non ha violato i diritti dell'artista, la maggior parte dei problemi di violazione nel contesto dei social media si interrompe dopo la presentazione del primo reclamo. In casi estremi, se un artista vuole fermare un trasgressore attraverso una causa, ci sono alcuni passi che l'artista deve intraprendere. Sebbene non sia necessario aver registrato il copyright per presentare un reclamo per violazione, il copyright deve essere depositato presso l'Ufficio Copyright prima di presentare una causa. Inoltre, ci sono limiti di tempo che possono influenzare i potenziali rimedi

che un artista può avere. Uno di questi termini ha a che fare con danni legali, che sono gli importi che un proprietario del copyright può ricevere in un caso di violazione. Ai sensi del Copyright Act, questi premi sono disponibili solo se l'artefatto è stata registrato presso l'Ufficio Copyright entro tre mesi dalla sua creazione. Quanti artisti lo fanno davvero? I danni legali possono variare di importo, da 200 euro a 150.000, a seconda della gravità dell'infrazione e se è stata intenzionale.

Se l'opera non è stata registrata entro tre mesi dalla sua creazione, l'artista può ancora fare causa, ma il potenziale premio è limitato ai profitti del trasgressore che l'artista ha perso a causa della violazione. A differenza dei premi per danni legali, è difficile provare i profitti del trasgressore e la perdita dell'artista perché potrebbero non essere ovvi. Quindi c'è la realtà che il costo per presentare una causa potrebbe essere molto più alto del payoff e che la maggior parte degli artisti non è disposta o in grado di agire. In tal caso, l'artista dovrà dimostrare di aver effettivamente subito una perdita, il che potrebbe significare l'assunzione di un esperto per testimoniare sui danni stimati, quale sia stata la perdita economica effettiva che può essere particolarmente costosa.

Fortunatamente, la registrazione del copyright è semplice e relativamente economica. **Nella maggior parte dei casi, gli artisti possono registrare le loro opere anche online.** Mentre alcuni artisti potrebbero essere riluttanti a registrare ogni opera d'arte che realizzano, in particolare entro tre mesi, avranno un caso molto più semplice rispetto all'artista che attende che si verifichi una violazione per registrare il proprio lavoro.

Se altri caricano un mio video su un social?

Copiare e incollare un'immagine, una canzone, un video, un documento o una pagina Web sul profilo della tua attività da condividere tramite i social media è semplice. Tuttavia, la condivisione di "opere d'autore originali fissate su qualsiasi supporto tangibile" (ovvero contenuto originale) creato da altri, di solito viola le leggi sul copyright intese a proteggere e, per estensione, a promuovere la creazione di contenuti originali. Pertanto, se NON hai creato il contenuto che condividi sui

social media, è probabile che le leggi sul copyright vietino di utilizzarlo senza il consenso del proprietario. Le "eccezioni" che consentono di condividere contenuti protetti tramite i social media sono molto strette:

- Le leggi sul copyright consentono un "uso corretto" di materiale protetto da copyright senza garantire l'autorizzazione del proprietario per scopi quali *critiche, parodie, satira, commenti, notizie, insegnamento, borsa di studio o ricerca ma in nessun modo a scopo di lucro*.
- Un'altra "eccezione" alla protezione offerta dalle leggi sul copyright è la *teoria della prima vendita*. Ciò conferisce al proprietario di una copia legittimamente acquisita di un'opera protetta da copyright, il diritto di rivendere l'opera, fermo il divieto di farne copia. (Tuttavia, è importante notare per quanto riguarda i social media che molte acquisizioni di materiale protetto da copyright nel regno digitale comportano la concessione di licenze anziché la vendita diretta, rendendo inapplicabile questa dottrina).

Quali sono i costi associati alla violazione delle leggi sulla proprietà intellettuale?

Alcuni commentatori su questioni relative alla proprietà intellettuale, compresi molti imprenditori, sostengono che far rispettare queste leggi online sia troppo difficile e rappresenti quindi un rischio minimo. In una certa misura questo è vero: la grande quantità di informazioni sui social media (e sul web in generale) rende difficile l'applicazione della legge sulla proprietà intellettuale. Se vieni sorpreso intenzionalmente o inavvertitamente violare le leggi sulla proprietà intellettuale sui social media, potresti incorrere in rigide sanzioni. In genere, un querelante in un caso di violazione della proprietà intellettuale chiederà al tribunale un risarcimento danni e un'ingiunzione che impone alla parte contraente di interrompere la sua attività illecita. Un'ingiunzione potrebbe richiedere semplicemente l'interruzione dell'attività, ma in alcuni casi potrebbe anche comportare la necessità di rivoltare il dominio del sito Web, l'account dei social media o addirittura interrompere l'intero accesso online dal dispositivo. Per la maggior parte delle violazioni sui social media, la "sanzione" verrà emessa dalla piattaforma dei social media. A

seconda della gravità e del tipo di violazione, la piattaforma rimuoverà il contenuto in violazione o rimuoverà il tuo profilo su richiesta del proprietario del copyright.

Come posso ottenere l'autorizzazione per utilizzare un contenuto non mio?

Per utilizzare il contenuto protetto è necessario acquistare completamente i diritti del proprietario del copyright o ottenere una licenza per utilizzare il contenuto. Ciò significa generalmente che è necessario contattare il proprietario o il rappresentante del proprietario e negoziare una transazione. Non abbiate paura di chiedere il permesso, poiché spesso viene concesso, specialmente nei casi in cui l'uso del contenuto andrebbe a beneficio del proprietario.

Quindi è meglio non pubblicare nulla sul web che riguarda il mio lavoro?

La risposta è: sempre meglio informarsi. Ci siamo tutti abituati a condividere dati personali online. Un sondaggio del 2017 di Kaspersky Lab ha rilevato che il 93% delle persone interrogate condivide le proprie informazioni personali in digitale. Gli artisti, come gli altri, non sono in grado di "rinunciare" ai social media; e anzi una presenza sui social media è attesa da qualsiasi professionista rispettabile ed è un importante strumento di comunicazione e fidelizzazione.

Di conseguenza, si devono creare, articolare e promuovere politiche di buone pratiche su ciò che converrebbe condividere online. Ciò non solo contribuirà a proteggere il professionista dall'eccessiva condivisione ed eventuale svalutazione del proprio lavoro, ma potrà permettere un ricorso legale qualora dovesse accadere qualcosa di indesiderato.

Quali sono le responsabilità legali delle piattaforme di condivisione di multimedia?

Il Parlamento Europeo ha votato a favore delle nuove regole europee per il diritto d'autore, approvandole il 26 marzo 2019 nella sua forma definitiva. L'art. 17 regola l'utilizzo di contenuti protetti da parte di piattaforme informatiche specializzate come Google, Facebook o

Pinterest. Queste creano profitti “copyright free” (il cosiddetto “value gap”) grazie ai file caricati dai propri utenti. Tale articolo stabilisce, dunque, che **qualora un contenuto creativo protetto da copyright sia caricato senza una licenza, le piattaforme online dovranno rispondere dell'accusa di violazione del diritto d'autore o dei diritti connessi a meno che non dimostrino di «aver compiuto i massimi sforzi per ottenere un'autorizzazione» o «aver agito tempestivamente» (art.17) per disattivare l'accesso ad altri utenti o impedirlo in futuro.**

Questo articolo obbliga, inoltre, le grandi piattaforme del web a installare **sistemi di controllo** per bloccare la condivisione di contenuti protetti e sui quali gli utenti non detengono diritti: dei veri e propri *filtri* basati su algoritmi estremamente complessi e pertanto estremamente onerosi il cui costo logicamente non può essere sostenuto dalle società di piccole o medie dimensioni. La norma, infatti, raggiunge un compromesso: si rivolge unicamente alle aziende di grosse dimensioni, i giganti multimiliardari della new tech, come Google, Facebook e Youtube, escludendo le start up e le società che fatturano meno di 10 milioni di euro. Le piattaforme di condivisione avranno così l'obbligo di impegnarsi a rimuovere tutti i contenuti illeciti, nonché a prevenire la loro eventuale pubblicazione futura.

Qualora i social della mia società/associazione venissero gestiti da una agenzia di comunicazione, chi deterrebbe i diritti d'autore?

Dipende principalmente dalla tipologia di contratto che ti lega con l'agenzia: se si tratta di un contratto di subordinazione, nella maggior parte dei paesi, tu (come datore di lavoro) possederesti il copyright sulla comunicazione (colori, media, foto, video, pubblicità, grafica, ecc), a meno che non sia diversamente concordato. Con contratti da appaltatore esterno, però, tutto ciò che viene prodotto digitalmente assume i propri diritti di proprietà intellettuale, completamente indipendente. Attenzione! Potresti essere sorpreso di scoprire che non possiedi i diritti di proprietà intellettuale in ciò che è stato creato per te.

Possono essere applicate regole o eccezioni diverse, come nel caso di fotografie, film e registrazioni sonore commissionati.

Dovresti sempre avere un accordo scritto con altri collaboratori indipendenti e specificare i dettagli di proprietà di ciascun elemento del lavoro che verrà creato. Assicurati di ricevere i diritti di proprietà o una licenza sufficientemente ampia da poter utilizzare la pubblicità (e tutti i suoi elementi) come e dove vuoi.⁶

In Italia che potenziale ha lo spettacolo dal vivo nella trasmissione streaming?

Il rapporto italiano con le tecnologie web è complesso e spesso coglie le nostre organizzazioni impreparate, con le dovute eccezioni. È importante considerare al momento gran parte delle proposte legate allo spettacolo dal vivo e allo streaming sono state di condivisione di materiale documentaristico e archivistico di spettacoli pre-esistenti (in ripresa da camera fissa), oppure di media di spettacolo filtrati da tecniche filmiche, diventando di fatto opere cinematografiche, ma perdendo la natura stessa dello spettacolo dal vivo: la condivisione spazio-temporale tra performer e pubblico. Un altro aspetto di cui non si parla sono invece le ricerche sperimentali che nascono per ritrovare questo *hic-et-nunc* performativo nonostante il mezzo digitale utilizzato.⁷

Esistono varie piattaforme in Italia che offrono servizi di streaming. Sono attive da pochi anni, il cui seguito è incerto e sono ancora troppo giovani per valutarne il successo o il fallimento. Eccone alcuni esempi:

- EMILIA-ROMAGNA, OperaStreaming è un progetto con durata triennale 2019/2021, ha come finalità quella di identificare e promuovere, attraverso uno strumento di comunicazione globale,

⁶ Secondo alcune leggi nazionali sul copyright, una campagna pubblicitaria modificata può essere considerata un "lavoro derivato" della campagna originale. Le opere derivate possono essere realizzate solo previa autorizzazione del proprietario del copyright dell'opera originale. Nella maggior parte dei paesi, hai anche l'obbligo di rispettare i diritti morali di un autore. Un agente pubblicitario ha il diritto di avere il proprio nome sull'annuncio (dove hai modificato il lavoro, l'attribuzione dovrebbe indicare che l'annuncio è stato modificato, a meno che tu non abbia ottenuto il consenso dell'agente), e non è permesso cambiare la pubblicità in un modo che pregiudicherebbe l'onore o la reputazione dell'agente.

⁷ Si rimanda alla lettura delle sperimentazioni nell'ambito della Digital Performance offerta dal manuale di Steve Dixon in collaborazione con il MIT, 2007.

la Regione Emilia Romagna quale territorio di tradizione lirica e di produzione operistica.

- LAZIO, WelcomeTheatre è la prima piattaforma online per la distribuzione on- demand di spettacoli teatrali registrati live in HD. La start up innovativa è stata creata da un gruppo di professionisti del settore culturale e informatico per rispondere ad una mancanza congenita del sistema distributivo del nostro Teatro, ma anche per offrire nuovi e moderni scenari alla fruizione teatrale stessa. modalità on demand (pay per view), oppure in abbonamento. Anno di ideazione 2016.
- Altri nomi utili: Rai play, Emilia Romagna Teatro (Vimeo), Legacoop Romagna (Youtube), Teatro Stabile di Bolzano (Youtube), Teatro Stabile del Veneto (Youtube).

Quali scenari sono già aperti nel mondo, rispetto alle trasmissioni in streaming dello spettacolo dal vivo?

Escludendo le performance di ricerca di contiguità spazio-temporale dell'atto performativo⁸, sono moltissime le trasmissioni di spettacoli in streaming più "classiche". Eccone alcuni esempi:

- STATI UNITI, PBS, acronimo di Public Broadcasting Service, è un'azienda no-profit statunitense di radiodiffusione pubblica che appartiene ad un consorzio (o *network*) che rappresenta 349 stazioni televisive pubbliche nazionali. Nato nel 1970, la programmazione di PBS è basata su documentari di approfondimento che trattano argomenti eterogenei come la scienza, la tecnologia, la cultura, la medicina e la salute, la natura, la storia, la geografia, la società, l'arte e il teatro. PBS tecnicamente è un sindacato televisivo: il segnale viene cioè distribuito via satellite dalla sede centrale a tutte le stazioni locali, appartenenti al network, sparse sul territorio americano. Queste ritrasmettono il segnale, secondo il fuso orario locale. I programmi realizzati dall'emittente vengono anche venduti su supporto

⁸ Un esempio famoso potrebbe essere la recente collaborazione tra il Marina Abramovic Institute, Microsoft e Acute Art che ha portato alla creazione della performance "The Life", sviluppata tramite tecnologie di Virtual Reality. Un altro le sperimentazioni con videocamere a 360° offerte dalla Brixton House in collaborazione con LIVR.

magnetico e ottico (VHS e DVD). A differenza dei broadcast network, le stazioni televisive locali affiliate alla PBS possono trasmettere tutti, pochi o nessuno dei programmi offerti per il networking, a proprio piacimento. Le affiliate pagano fee annuali a PBS per trasmettere questi programmi, contribuendo per metà al budget di questo consorzio. Per legge PBS non può autoprodurre alcun programma e riceve finanziamenti dal governo sebbene non direttamente, ma attraverso la CPB (Corporation for Public Broadcasting), che a sua volta è controllata dal Congresso.

- BERLINO, L'Orchestra Filarmonica di Berlino ha una piattaforma virtuale a disposizione tutto l'anno. La Digital Concert Hall comprende centinaia di contenuti multimediali di alta qualità: concerti, film, interviste, documentari di cui gli amanti della musica non potranno farne a meno. Di solito è richiesto un abbonamento a pagamento, ma al momento è gratuito e basta registrarsi online.
- NEW YORK, dal 2015 esiste un servizio di streaming chiamato BroadwayHD, creato per rendere il teatro di alta qualità accessibile a tutti, in tutto il mondo. La piattaforma contiene più di 300 spettacoli in alta definizione.
- LONDRA, Marquee TV, il servizio di streaming internazionale di arti dello spettacolo. Ci si può iscrivere per godere di una vasta gamma di produzioni recenti di opera e balletto, e nuovi titoli sono aggiunti in continuazione.
- NETFLIX, possiede già un certo quantitativo di spettacoli registrati, tra cui una notevole quantità di Musical di Broadway e stand up comedy.
- DAILYMOTION, al secondo posto nel mondo tra i siti web del suo genere, subito dopo Youtube, trasmette anche spettacolo dal vivo con milioni di visualizzazioni in sud America e Brasile.
- Altri nomi utili: Starkid Production, The Show Must Go Online (Youtube), The Met Opera, Told By an Idiot, Cirque du Soleil (Youtube), Shakespeare's Globe (Youtube), English National Ballet (Youtube), National Theater, Royal Opera House (Youtube), Metropolitan Opera di New York, Sydney Opera House, Opéra

National de Paris, Staatsoper di Berlino, Teatro Mariinsky di San Pietroburgo, Bolshoi di Mosca (Youtube).

Esistono altri modelli di marketing applicabili specifici del web?

Per fare cosa gradita ad enti produttivi minori e indipendenti, risulta fondamentale porre l'attenzione sull'esplorazione di modelli di marketing al passo con i tempi che potrebbero iniziare a familiarizzare con modalità di acquisto sempre più all'ordine del giorno, soprattutto per le generazioni più giovani. L'occasione offerta di poter potenziare il sentimento di aspettativa nei confronti di un evento dal vivo ci permette di ribaltare l'attuale proposta di rapporto tra lo streaming e lo spettacolo dal vivo. **Non quindi la creazione di media online che vanno a calmierare la richiesta culturale o di intrattenimento, bensì che raggiungano un pubblico sempre più ampio, e grazie alla specificità e qualità del media, possano invogliare sempre di più alla partecipazione attiva dal vivo** (si pensi alle strategie di promozione/comunicazione già da tempo sedimentate in occasione dei concerti musicali).

Qui una lista di alcuni modelli di marketing applicabili al web⁹:

- *Acquisto del servizio (buyperuse, ticket)*: l'utente, per poter usufruire del servizio, paga un "biglietto" e riceve delle chiavi d'accesso.
- *Abbonamento*: con un modello di business in abbonamento la società riceve pagamenti periodici al fine di consegnare (dare accesso a) un prodotto o servizio.
- *Pubblicità (ads)*: integrata con l'usufruzione del servizio/prodotto, la pubblicità può essere posizionata in contesti che ne permettano la visualizzazione.

⁹ L'Enry's Model è un modello di gestione del business in chiave economico-finanziaria, che tiene in considerazione il cambio di paradigma generale impresso da Internet e dall'informatica in generale ed il suo impatto sui modelli tradizionali di gestione di risorse ed attività aziendali. Tiene conto di influenze di varia natura ed origine, tecnologica, manageriale, sociologica, filosofica, artistica e si basa su assunti derivanti ad esempio dalla freenomics, wkinomics, la teoria della lunga coda, economia liquida, lean startup, economia dell'accesso, dalla blockchain e le sue implicazioni tecnologiche, legali e finanziarie.

- *Modello ad espansione*: il prodotto di base può essere acquistato e utilizzato a un buon prezzo e soddisfa le esigenze principali. Sono disponibili vari elementi aggiuntivi per migliorare il prodotto ad un costo extra.
- *Esca e Gancio (Bait and Hook)*: Il prodotto base (gancio) è offerto a buon mercato o gratuitamente; il prodotto complementare o ricarica (esca) è venduto a prezzo superiore. Il prodotto di base non può essere utilizzato senza il prodotto complementare.
- *Freemium*: è una strategia di marketing che consiste nell'offrire gratuitamente una versione di base di un prodotto o servizio ed eventualmente nel proporre a pagamento funzionalità aggiuntive.
- *Sharing Economy*: I clienti privati condividono l'accesso a prodotti o servizi con altri clienti privati: una piattaforma funge da intermediario.
- *Monetizzazione da Big Data*: La monetizzazione dei dati dei clienti significa che l'utente ottiene il servizio (gratuitamente) e che la società vende i dati a un partner.
- *Fundraising (crowdfunding, private equity investors, public funds)*: tramite l'investimento da parte di enti terzi o privati, che intervengono per coprire spese di finanziamento, si possono offrire servizi in maniera gratuita o a basso costo.

SITOGRAFIA

<https://www.invigorlaw.com/social-media-legal-issues-post-number-5-copyright-trademark-and-other-intellectual-property-ip-issues/>

<https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=057250f1-c78f-4bc6-a7f2-38f047b266c0>

<https://burnaway.org/feature/posting-art-social-media/>

<https://blog.grantmcgregor.co.uk/2018/the-dangers-of-over-sharing-online>

<https://www.mondaq.com/advicecentre/content/1916/Intellectual-Property-and-Social-Media-Guide-to-Legal-Risk-Management>

https://www.wipo.int/sme/en/documents/ip_advertising_fulltext.html

http://www.interlex.it/testi/l41_633.htm (legge sul diritto d'autore)

<https://www.studiocerbone.com/ccnl-teatri-personale-artistico-contratto-collettivo-nazionale-di-lavoro-d>

[el-19-aprile-2018/](#) (CCNL spettacolo dal vivo)

<https://www.nuovoimaie.it/faq/> (FAQ Nuovo Imaie diritto connesso)

<https://www.artisti7607.com/domande-frequenti/> (FAQ Artisti 7607 diritto connesso)

https://drive.google.com/file/d/1_ermhFZle50EehwflNmHTr5RfaSLCTCU/view?usp=sharing (Nota dell'Avv. Emanuele Fava su artisti di spettacolo dal vivo ed equo compenso)

Hanno partecipato alla stesura del documento:

Alessandro Anglani

Marisa Della Pasqua

Mariagrazia Pompei

Si ringraziano:

Emanuela Bizi

Asia Coronella

Simone Faloppa

Emanuele Fava

Davide Seminara

Nicoletta Serao

Carlotta Viscovo