

Tutela copyright, Agcom: "Aumentare consapevolezza degli utenti"

venerdì 26 aprile 2019

Aumentare la consapevolezza degli utenti per la tutela del copyright online.

È quanto ha detto il presidente dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom) Angelo Marcello Cardani intervenendo a una conferenza sulla tutela del copyright organizzata dal Federal Service for Intellectual Property della Federazione russa. "Abbiamo bisogno di aumentare il livello di consapevolezza per gli utenti – ha detto Cardani – La protezione della proprietà intellettuale dovrebbe essere parte di un nuovo programma educativo per gli studenti allo scopo di insegnare l'opportunità e le minacce dell'ambiente digitale".

Cardani ha ricordato come l'intervento di Agcom in materia di protezione del copyright sia duplice e tenga "in uguale considerazione sia le attività educative che informative rivolte al pubblico per l'uso di contenuti legali e procedimenti di esecuzione in caso di violazioni". Inoltre, ha ricordato, "la natura della procedura dell'Autorità non sostituisce il procedimento giudiziario, essendo alternativa ad esso, ma viene sospesa in caso di ricorso presentato da una delle parti al giudice". E questo perché, così come tutte le decisioni di Agcom, le disposizioni in materia di copyright possono essere impugnate dinanzi al Tribunale amministrativo.

Secondo Cardani è necessario coinvolgere nel processo tutti gli attori attivi sul web: "per bloccare la violazione del copyright, abbiamo certamente bisogno della collaborazione degli Internet Service Providers, ma anche dei motori di ricerca, degli intermediari di pagamento, delle agenzie pubblicitarie e dei server DNS alternativi". Alcune procedure a livello internazionale sono state già avviate, ha concluso il presidente dell'Agcom: "in sede WIPO – World Intellectual Property Organization – si sta ad esempio costituendo un database dove sono elencati i siti web bloccati da tutti i singoli Paesi, sia a seguito di interventi di natura amministrativa, sia giudiziaria, che potrebbe costituire un utile strumento per gli intermediari di pubblicità o finanziari, ma anche per i motori di ricerca".