

SOMMARIO

CAPITOLO PRIMO

LIBERTÀ DI INFORMAZIONE E PRINCIPI COSTITUZIONALI

di *Salvatore Sica*

1. Il diritto scienza storica e sociale	pag.	1
2. Informazione, comunicazione, diritto: i modelli storici	»	4
3. L'evoluzione italiana	»	8
3.1. I fondamenti costituzionali dell'informazione e della comunicazione	»	9
3.2. Gli artt. 15 e 21 della Costituzione	»	10
3.3. segue: l'art. 21	»	12
3.4. Il finanziamento della stampa	»	13
3.5. Le "stagioni" dell'art. 21	»	15
3.6. L'art. 21: risorsa e "limite" del modello italiano	»	17
4. La <i>policy</i> comunitaria	»	18

CAPITOLO SECONDO

LA DISCIPLINA DELLA STAMPA E LA PROFESSIONE GIORNALISTICA

di *Chiara Di Martino*

1. Dal periodo statutario alla l. 47/48	pag.	21
2. Il sostegno economico alla stampa: la riforma attuata dalla legge 416/81	»	29
3. Il "prodotto editoriale": la l. 62/2001 e la successiva evolu- zione giurisprudenziale	»	34
4. L'Ordine dei giornalisti	»	39
5. I reati connessi all'attività informativa	»	47
5.1. La diffamazione <i>on line</i>	»	56
6. La responsabilità civile del giornalista	»	61

7. Il segreto professionale del giornalista	pag.	70
8. Le fonti della deontologia	»	74
9. Le carte deontologiche: dalla Carta dei Doveri alla Carta dell'informazione economica	»	76
9.1. Il codice deontologico relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio della professione giornalistica ..	»	82
9.2. La Carta di Firenze (2012)	»	85

CAPITOLO TERZO

LA DISCIPLINA DELLA STAMPA E LA PROFESSIONE GIORNALISTICA

SEZIONE PRIMA

DAL PERIODO PREREPUBBLICANO AL "CODICE DELLA RADIOTELEVISIONE"

di *Piervincenzo Pacileo*

1. Il periodo prerепublicano e la nozione di "riserva statale"	pag.	89
2. L'assetto del settore nell'inquadramento costituzionale	»	90
3. Il monopolio della RAI e l'intervento della Corte Costituzionale	»	92
4. La "riforma televisiva" della legge 103/1975 e l'istituzione della commissione di vigilanza RAI	»	94
5. Il duopolio televisivo e la "legge Mammi"	»	96
6. La "legge Maccanico" e la c.d. "par condicio"	»	100
7. L'intervento del legislatore comunitario	»	104
8. La "legge Gasparri"	»	106
9. Il c.d. "Codice della radiotelevisione": l'epoca della convergenza digitale	»	112
10. Profili di diritto comparato	»	117

SEZIONE SECONDA

DALLA TELEVISIONE AI "SERVIZI MEDIA AUDIOVISIVI": LA DIRETTIVA 65/07 E IL "DECRETO ROMANI"

di *Gian Michele Roberti e Vincenzo Zeno-Zencovich*

1. Le premesse del "Decreto Romani"	pag.	129
2. I problemi posti dal recepimento della Direttiva 65/07	»	130

3. Il nuovo “campo di gioco”	pag.	130
4. Le “locomotive” del nuovo sistema	»	136
5. L’ordine delle norme	»	140
6. Le definizioni	»	141
7. La distinzione lineare/non lineare	»	142
8. Palinsesti e responsabilità	»	145
9. La tutela dei diritti di proprietà intellettuale	»	146
10. I brevi estratti di cronaca	»	148
11. La tutela dei minori	»	149
12. La pubblicità	»	150
13. Il <i>product placement</i>	»	152
14. Le attribuzioni del governo e dell’autorità	»	153
15. La concorrenza e il pluralismo	»	154
16. Conclusioni	»	155

SEZIONE TERZA

GLI ORGANISMI DI CONTROLLO

di *Giuseppe Maria Marino*

1. Il sistema dei controlli	pag.	158
2. La Commissione parlamentare per l’indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi	»	159
3. Il Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento per le comunicazioni	»	160
4. L’introduzione al modello delle Autorità Amministrative Indipendenti (AAI)	»	162
4.1. Classificazione delle Autorità Amministrative Indipendenti	»	163
5. Authority per le garanzie nelle comunicazioni: indipendenza vera o presunta?	»	165
6. L’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni: sua natura giuridica	»	166
7. Le competenze dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni	»	168
8. Struttura ed organizzazione interna dell’Agcom	»	169
8.1. Il Presidente	»	169
8.2. La Commissione per le Infrastrutture e le Reti	»	171
8.3. La Commissione per i Servizi e i Prodotti	»	172
8.4. Il Consiglio	»	174

9. L'Agcom e la regolamentazione del settore radiotelevisivo in difesa dei diritti degli utenti	pag.	177
10. Il Consiglio Nazionale degli Utenti (CNU)	»	178
11. I Co.Re.Com.	»	179
12. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato	»	181

CAPITOLO QUARTO

COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E SOCIALE

di *Decio Rinaldi e Nicola Brutti*

1. Comunicazione pubblica e principi costituzionali	pag.	185
2. Profili introduttivi	»	187
2.1. La disciplina della legge 150/2000	»	191
2.2. La comunicazione pubblica tra comunicazione istituzionale e comunicazione politica	»	195
3. La comunicazione pubblica tra riforma del modello amministrativo e diritti di partecipazione	»	200
4. La comunicazione sociale	»	208
4.1. Accordi internazionali e legislazione italiana	»	209
4.2. Il Terzo settore e i processi informativi	»	217

CAPITOLO QUINTO

LA COMUNICAZIONE COMMERCIALE

di *Virgilio D'Antonio*

1. Il quadro normativo statale	pag.	221
2. Fonti non statali: l'autodisciplina pubblicitaria	»	223
2.1. Finalità e struttura del codice	»	225
2.2. La tutela della creatività	»	225
2.3. Gli organi di autodisciplina	»	226
3. La nozione di comunicazione commerciale	»	226
3.1. La sponsorizzazione	»	231
3.2. I caratteri essenziali della comunicazione commerciale ..	»	232
4. Il principio di trasparenza	»	233
4.1. Trasparenza, comunicazioni indesiderate e spamming ...	»	237
4.2. La trasparenza delle garanzie	»	238
4.3. Il divieto relativo alla comunicazione commerciale subliminale	»	239

5.	Le specificità della comunicazione commerciale audiovisiva .	pag.	240
5.1.	La pubblicità audiovisiva: spot, telepromozioni e sovrimpressioni animate	»	241
5.2.	Le sponsorizzazioni	»	242
5.3.	Le tele/radiovendite	»	244
5.4.	I limiti di affollamento	»	244
5.5.	La disciplina delle interruzioni pubblicitarie	»	247
5.6.	Il principio di trasparenza in materia di audiovisivi	»	248
5.7.	Divieti	»	249
6.	La comunicazione commerciale ingannevole	»	249
6.1.	Gli elementi della fattispecie: l'idoneità ad indurre in errore	»	250
6.2.	(segue): il pregiudizio del comportamento economico del consumatore e la lesione del concorrente	»	254
6.3.	Gli elementi di valutazione della ingannevolezza	»	255
6.4.	Particolari disposizioni in materia di televendite	»	257
7.	La comparazione commerciale	»	257
8.	La promozione dei prodotti pericolosi	»	261
9.	Comunicazioni commerciali e minori	»	263
9.1.	Il Codice di autoregolamentazione TV e minori	»	265
10.	Il sistema delle tutele: organismi e funzioni	»	267
10.1.	La legittimazione attiva nei procedimenti innanzi all'Autorità e l'iniziativa d'ufficio	»	268
10.2.	La sospensione provvisoria della comunicazione commerciale	»	269
10.3.	L'inversione dell'onere della prova	»	269
10.4.	Il parere eventuale dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni	»	270
10.5.	Il provvedimento finale dell'Autorità e le sanzioni amministrative	»	270
10.6.	La giurisdizione del giudice amministrativo e di quello ordinario	»	271
10.7.	La comunicazione commerciale assentita con provvedimento amministrativo	»	271
10.8.	Il Comitato di controllo ed il Giurì di autodisciplina ..	»	272
10.9.	Differenze e coordinamento tra organi di autodisciplina ed Autorità Garante della concorrenza e del mercato	»	273
10.10.	Poteri sanzionatori in materia di comunicazioni commerciali audiovisive	»	275

CAPITOLO SESTO

TEATRO, CINEMA E PRESTAZIONI ARTISTICHE

di *Mara Messina*

1. La legislazione delle attività teatrali nel periodo fascista	pag.	277
2. Il teatro nella legislazione italiana della Repubblica	»	282
3. Il cinema: il sistema di autorizzazioni e censure nel periodo fascista ed il suo perdurare nel sistema repubblicano. Le misure di sostegno economico di epoca fascista	»	286
4. Gli interventi dello Stato repubblicano nel cinema	»	293
5. I contratti di prestazione artistica	»	296

CAPITOLO SETTIMO

IL DIRITTO D'AUTORE

di *Giovanni Maria Riccio*

1. Nascita del diritto d'autore	pag.	301
1.1. Le leggi sul diritto d'autore	»	303
1.2. La regolamentazione internazionale del diritto d'autore	»	305
2. Requisiti richiesti per la tutela delle opere	»	306
2.1. I soggetti del diritto d'autore	»	311
3. Il diritto patrimoniale d'autore	»	313
3.1. Il diritto morale d'autore	»	314
4. Eccezioni e limitazioni	»	315
5. I diritti connessi	»	317
6. Violazioni del diritto d'autore e difese	»	318
7. Conclusioni	»	320

CAPITOLO OTTAVO

LA TUTELA DELLA RISERVATEZZA

di *Giuseppe Maria Riccio*

1. Dal "diritto ad essere lasciati soli" all'autodeterminazione informativa. Modelli di legislazione europea e comunitaria	pag.	325
2. La protezione dei dati personali in Italia: le leggi 675/96 e 676/96	»	330
3. La direttiva 2002/58/CE sul trattamento dei dati personali e la tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche: un aggiornamento sotto il segno della direttiva 97/66	»	335

4. Il nuovo “Codice privacy”: il d.lgs. 196/2003. Prospettive e problematiche applicative	pag.	337
4.1. (segue) I Codici di deontologia e buona condotta ed il ruolo del Garante per la protezione dei dati personali	»	344
4.2. (segue) Le sanzioni. La responsabilità per illecito trattamento dei dati personali	»	346

CAPITOLO NONO

LE COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

di *Salvatore Vigliar, Vincenzo Varriale e Giorgio Giannone Codiglione*

1. Innovazione tecnologica e disciplina giuridica	pag.	351
1.1. Il principio di neutralità tecnologica	»	356
2. <i>Security e privacy</i> nelle comunicazioni elettroniche. Lo strumento dell'autoregolamentazione	»	359
2.1. Videosorveglianza	»	365
2.2. <i>Direct Marketing</i>	»	369
3. Comunicazioni elettroniche e attività giornalistica	»	374
4. Criminalità informatica	»	377
4.1. Principio di libertà e segretezza delle comunicazioni: deroghe e limiti di ammissibilità	»	379
4.2. Le intercettazioni di comunicazioni informatiche e telematiche e le nuove norme antiterrorismo sulla conservazione dei dati e gli <i>internet point</i>	»	380
4.3. Le intercettazioni telefoniche: presupposti e limiti di utilizzazione.....	»	383
4.4. La segretezza ed il divieto di pubblicazione degli atti d'indagine	»	386

CAPITOLO DECIMO

IL COMMERCIO ELETTRONICO

di *Annamaria Giulia Parisi*

1. Nozione di <i>e-commerce</i> e classificazioni	pag.	391
2. La direttiva 2000/31/CE e il decreto legislativo n. 70 del 2003: ambiti applicativi	»	396
2.1. Il decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70	»	403
2.2. <i>L'e-contract</i>	»	409
2.2.1. Le norme	»	410
2.2.2. I soggetti	»	412

2.2.3. Casi particolari. L'“agente virtuale”	pag. 414
2.3. Le fasi del contratto telematico	» 415
2.3.1. La conclusione dell' <i>e-contract</i>	» 416
2.3.2. La fase dell'esecuzione	» 421
2.4. Obblighi di informazione	» 422
2.4.1. Inderogabilità degli obblighi di informazione	» 424
2.5. Clausole vessatorie	» 425
2.6. Validità ed efficacia dell' <i>e-contract</i>	» 428
2.6.1. Ipotesi di nullità	» 429
2.6.2. Annullabilità dell' <i>e-contract</i>	» 430
3. Responsabilità del <i>provider</i>	» 431
4. Problematiche correlate	» 437
4.1. <i>Privacy</i> e tutela del consumatore: dalla direttiva 97/7/CE alla direttiva 2002/58/CE	» 439
4.1.1. Il caso <i>Peppermint</i> riguardante la condivisione contemporanea di file (c.d. <i>peer to peer</i>) ed il provvedimento del Garante per la protezione dei dati personali	» 443
4.1.2. L'intervento della Corte di Giustizia Europea. Il caso <i>Promusicae v. Telefonica de España Sau</i> ...	» 450
4.1.3. Problematiche di <i>privacy</i> in ambito comunitario: le variazioni alla disciplina della tutela dei dati apportate dalla direttiva 2006/24/CE	» 457
4.1.4. Il recepimento della direttiva 2006/24/CE nel- l'ordinamento italiano. Il decreto legislativo 30 maggio 2008, n. 109; il Parere del Garante. Pro- blematiche di <i>privacy on line</i>	» 462
4.1.5. La decisione della Sez. III, penale n. 49437/2009	» 467
4.1.6. Il caso Google. La sentenza del Tribunale di Mi- lano. La pronuncia della Corte di Giustizia UE Grande Sez., 23 marzo 2010, n. 237/08. La deci- sione della Corte d'Appello. La disciplina della responsabilità dell'ISP tra norme e interpretazio- ne giurisprudenziale	» 469
4.1.6.1. La decisione della Corte d'Appello	» 479
4.1.6.2. La disciplina della responsabilità dell'ISP tra norme e interpretazione giurisprudenziale	» 481
4.1.7. La tutela del consumatore	» 488
4.2. <i>Spamming, Direct marketing e Behavioral Targeting</i> <i>Advertising System</i>	» 490

CAPITOLO UNDICESIMO

DOCUMENTO INFORMATICO, FIRME ELETTRONICHE
ED ATTIVITÀ DI CERTIFICAZIONEdi *Salvatore Sica e Virgilio D'Antonio*

1. Evoluzione del dato normativo	pag.	501
2. I documenti informatici: tipologie e valore probatorio	»	504
2.1. Copia, duplicazione ed estratti dei documenti informatici	»	507
2.2. Il procedimento di validazione temporale	»	510
3. Le firme elettroniche: problematiche definitorie	»	511
3.1. Firma elettronica semplice ed avanzata	»	513
3.2. La firma elettronica qualificata	»	514
3.3. La firma digitale	»	516
3.4. La firma elettronica autenticata	»	518
4. Cenni alla crittografia	»	519
5. Il sistema di certificazione	»	520
5.1. Le forme dell'attività di certificazione: il certificatore semplice	»	522
5.2. Il certificatore qualificato	»	522
5.3. Il certificatore accreditato	»	524
5.4. Gli obblighi del certificatore e del titolare	»	525
5.5. La responsabilità del certificatore	»	528
5.6. La cessazione dell'attività di certificazione	»	530
6. Prospettive: il nuovo Regolamento UE sull'identificazione elettronica	»	531

CAPITOLO DODICESIMO

LA DISCIPLINA DELLA MONETA ELETTRONICA:
DALLA DIRETTIVA 2000/46/CE AL D.LGS. 45/2012di *Piervincenzo Pacileo*

1. Analisi evolutiva della nozione della <i>digital money</i>	pag.	535
2. Il quadro normativo internazionale e la <i>policy</i> del legislatore comunitario	»	536
3. Natura giuridica della moneta "digitale"	»	538
4. Le integrazioni apportate al Testo Unico Bancario in attua- zione delle direttive comunitarie emesse in materia	»	542
5. I recenti sviluppi nella disciplina dell' <i>e-money</i> : dalla direttiva 2009/110/CE all'"Albo degli istituti di moneta elettronica" ...	»	544

CAPITOLO TREDICESIMO

TRANSAZIONI *ON-LINE* E STRUMENTI DI ODR:
NORME APPLICABILIdi *Antonio Angrisani e Piervincenzo Pacileo*

1. Dimensione internazionalistica della rete Internet	pag. 565
2. Giurisdizione e competenza	» 566
3. Modelli di commercio elettronico e foro competente	» 568
4. Potenzialità dannosa dello strumento telematico: l'illecito extracontrattuale	» 572
5. Soluzione extragiudiziale delle controversie: la direttiva 2000/31/CE	» 575
6. L'arbitrato telematico	» 577
7. L'O.D.R. (<i>On line Dispute Resolution</i>)	» 580
8. Prospettiva comparatistica in materia	» 583
9. Una peculiare ipotesi applicativa: il sistema WIPO	» 588
10. La recente normativa in tema di mediazione telematica	» 590
11. Clausola compromissoria e sottoscrizione digitale	» 592
INDICE ANALITICO	» 595