
Estratto

Estratto da un prodotto in vendita su **ShopWKI**, il negozio online di Wolters Kluwer Italia

Vai alla scheda →

Wolters Kluwer opera nel mercato dell'editoria professionale, del software, della formazione e dei servizi con i marchi: IPSOA, CEDAM, Altalex, UTET Giuridica, il fisco.



INDICE SOMMARIO

<i>Indice degli autori</i>	Pag.	V
<i>Prefazione alla settima edizione</i>	»	XVII
<i>Prefazione alla sesta edizione</i>	»	XIX
<i>Prefazione alla quinta edizione</i>	»	XXI
<i>Prefazione alla quarta edizione</i>	»	XXIII
<i>Prefazione alla terza edizione</i>	»	XXV
<i>Prefazione alla seconda edizione</i>	»	XXVII
<i>Prefazione alla prima edizione</i>	»	XXIX

CAPITOLO PRIMO

LA LIBERTÀ DI INFORMAZIONE TRA DIRITTO INTERNO E PROSPETTIVA EUROPEA

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. Informazione e comunicazione nel contesto europeo e globale...	»	18

CAPITOLO SECONDO

IL CONCETTO DI "MEDIA" NEL XXI SECOLO

Vincenzo Zeno-Zencovich

1. I "media" nel XX secolo	Pag.	25
2. La rivoluzione digitale e il mondo dei "media"	»	25
3. Vecchi "media" e nuovi intermediari.....	»	26
4. Nuovi "media" e nuove regole.....	»	28

- | | | |
|---|---|----|
| 5. Le norme applicabili..... | » | 30 |
| 6. Il crescente controllo sui contenuti comunicativi..... | » | 31 |

CAPITOLO TERZO

LA DISCIPLINA DELLA STAMPA E LA
PROFESSIONE GIORNALISTICA*Chiara Di Martino*

- | | | |
|---|------|-----|
| 1. Dal periodo statutario alla l. 47/48 | Pag. | 33 |
| 2. Il sostegno economico alla stampa: la riforma attuata dalla legge 416/81..... | » | 41 |
| 3. Il “prodotto editoriale”: la l. 62/2001 e la successiva evoluzione giurisprudenziale..... | » | 46 |
| 4. L’Ordine dei giornalisti | » | 52 |
| 5. I reati connessi all’attività informativa | » | 60 |
| 5.1. La diffamazione <i>on line</i> | » | 68 |
| 6. La responsabilità civile del giornalista | » | 74 |
| 7. Il segreto professionale del giornalista..... | » | 83 |
| 8. Le fonti della deontologia | » | 86 |
| 9. Le carte deontologiche: dalla Carta dei Doveri alla Carta dell’informazione economica | » | 88 |
| 9.1. Il codice deontologico relativo al trattamento dei dati personali nell’esercizio della professione giornalistica ... | » | 94 |
| 9.2. La Carta di Firenze (2012)..... | » | 95 |
| 10. Come cambia la professione: dal <i>Citizen journalism</i> alle <i>fake news</i> | » | 97 |
| 10.1. Brevi spunti di riflessione su giornalismo e Intelligenza artificiale..... | » | 100 |

CAPITOLO QUARTO

I SERVIZI MEDIA AUDIOVISIVI

Gian Michele Roberti – Vincenzo Zeno-Zencovich

- | | | |
|--|------|-----|
| 1. Evoluzione della disciplina del sistema radiotelevisivo italiano..... | Pag. | 103 |
| 2. Le premesse del “Decreto Romani” | » | 110 |
| 3. I problemi posti dal recepimento della Direttiva 65/07..... | » | 111 |
| 4. Il nuovo “campo di gioco” | » | 112 |

5. Le “locomotive” del nuovo sistema	»	117
6. L'ordine delle norme	»	121
7. Le definizioni	»	122
8. La distinzione lineare/non lineare	»	123
9. Palinsesti e responsabilità.....	»	126
10. La tutela dei diritti di proprietà intellettuale.....	»	127
11. I brevi estratti di cronaca	»	127
12. La tutela dei minori	»	128
13. La pubblicità.....	»	130
14. Il product placement	»	133
15. Le attribuzioni del governo e dell'autorità	»	133
16. La concorrenza e il pluralismo.....	»	135
17. Prime conclusioni	»	135
18. Le novità portate dalla Direttiva 1808/2018 per adeguare i servizi media audiovisivi “alla evoluzione delle realtà del mercato”	»	137
19. Il regolamento sulla libertà dei media.....	»	138

CAPITOLO QUINTO

COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E SOCIALE

Nicola Brutti

1. La comunicazione istituzionale.....	Pag.	141
1.1. La comunicazione istituzionale nell'ambito della L. 150/2000.....	»	142
1.2. Le sfide dell'era digitale.....	»	148
2. La comunicazione sociale.....	»	153
2.1. Tendenze di diritto interno e transnazionale	»	154
2.2. Il Terzo settore e i processi informativi.....	»	160
2.3. La comunicazione sociale su Internet	»	163

CAPITOLO SESTO

LA DISCIPLINA DELLE ATTIVITÀ TEATRALI E CINEMATOGRAFICHE

Roberto D'Orazio

1. La disciplina legislativa delle attività teatrali dopo l'Unità	Pag.	167
2. Il teatro nella legislazione fascista	»	172
3. La disciplina della cinematografia nella legislazione fascista ...	»	179

4. La libertà di espressione teatrale e cinematografica nella legislazione repubblicana	»	184
4.1. La censura cinematografica	»	184
4.2. La classificazione delle opere cinematografiche e audiovisive.....	»	193
5. L'intervento pubblico a sostegno del teatro	»	202
6. L'intervento pubblico a sostegno del cinema	»	215

CAPITOLO SETTIMO

LA COMUNICAZIONE COMMERCIALE

Virgilio D'Antonio

1. Il quadro normativo statale	Pag.	229
2. Fonti non statali: l'autodisciplina pubblicitaria.....	»	232
2.1. Finalità e struttura del codice.....	»	233
2.2. La tutela della creatività.....	»	234
2.3. Gli organi di autodisciplina	»	234
3. La nozione di comunicazione commerciale.....	»	234
3.1. I caratteri essenziali della comunicazione commerciale...	»	237
3.2. La sponsorizzazione.....	»	239
3.3. Comunicazione commerciale e minori.....	»	239
4. Le specificità della comunicazione commerciale audiovisiva ..	»	241
4.1. Le sponsorizzazioni audiovisive	»	243
4.2. I limiti di affollamento e la disciplina delle interruzioni pubblicitarie	»	244
4.3. Il principio di trasparenza in materia di audiovisivi	»	244
4.4. Il Codice di autoregolamentazione TV e minori	»	245
5. L'e-advertising.....	»	246
5.1. Il behavioural advertising	»	249
5.2. (Segue) Pubblicità personalizzata: tra asimmetria informativa e libertà decisionale del consumatore	»	251
6. Il principio di trasparenza	»	254
6.1. Trasparenza, comunicazioni indesiderate e spamming...	»	257
6.2. Il divieto relativo alla comunicazione commerciale subliminale	»	257
6.3. Il divieto di ambush marketing	»	258
7. La comunicazione commerciale ingannevole	»	259
7.1. Gli elementi della fattispecie: l'idoneità ad indurre in errore	»	260

7.2. (Segue): il pregiudizio del comportamento economico del consumatore e la lesione del concorrente	»	263
7.3. Gli elementi di valutazione della ingannevolezza	»	263
8. La comparazione commerciale.....	»	264
9. La promozione dei prodotti pericolosi.....	»	267
10. Il sistema delle tutele: organismi e funzioni.....	»	268

CAPITOLO OTTAVO
IL DIRITTO D'AUTORE

Giovanni Maria Riccio

1. Nascita del diritto d'autore	Pag.	271
1.1. Le leggi sul diritto d'autore	»	273
1.2. La regolamentazione internazionale del diritto d'autore ...	»	275
2. Requisiti richiesti per la tutela delle opere	»	276
2.1. I soggetti del diritto d'autore.....	»	280
3. Il diritto patrimoniale d'autore	»	283
3.1. Il diritto morale d'autore	»	284
4. Eccezioni e limitazioni.....	»	285
5. I diritti connessi.....	»	287
6. Violazioni del diritto d'autore e difese.....	»	288
7. Gestione collettiva dei diritti d'autore.....	»	290
8. Diritto d'autore e intelligenza artificiale.....	»	291
9. Conclusioni	»	293

CAPITOLO NONO
LA TUTELA DELLA RISERVATEZZA

Giorgio Giannone Codiglione

1. Il diritto alla riservatezza nella trasformazione della società contemporanea: profili storico-comparativi	Pag.	297
2. (segue) La circolazione del concetto di privacy dagli Stati Uniti all'Europa: dalla tutela settoriale ai diritti fondamentali.....	»	300
2.1. L'esperienza italiana: l'evoluzione della giurisprudenza e lo Statuto dei lavoratori	»	303
3. La rivoluzione digitale: dalla riservatezza alla protezione dei dati personali	»	304
3.1. La direttiva 95/46/CE e la Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea.....	»	307

4. Il regolamento generale sulla protezione dei dati personali (2016/679/UE)	»	310
4.1. I principi generali sul trattamento dei dati personali e gli obblighi di prevenzione dei rischi	»	315
4.2. I diritti dell'interessato: accesso e portabilità.....	»	317
4.3. (segue) Rettifica, cancellazione («diritto all'oblio»), opposizione e limitazione	»	317
4.4. Le tutele del diritto alla protezione dei dati personali....	»	321
5. La tutela della persona nell'«infosfera» e il futuro dei diritti alla riservatezza e alla protezione dei dati personali.....	»	324

CAPITOLO DECIMO

IL COMMERCIO ELETTRONICO

Annamaria Giulia Parisi

1. Nozione di e-commerce e classificazioni	Pag.	329
2. La direttiva 2000/31/CE e il decreto legislativo n. 70 del 2003: ambiti applicativi. Il Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, sulla tutela dei dati personali	»	334
2.1. Il decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70	»	341
2.2. Il regolamento generale sulla tutela dei dati personali ...	»	347
2.3. <i>L'e-contract</i>	»	349
2.3.1. Le norme	»	350
2.3.2. I soggetti	»	352
2.3.3. Casi particolari. L'«agente virtuale»	»	354
2.4. Le fasi del contratto telematico	»	355
2.4.1. La conclusione dell' <i>e-contract</i>	»	357
2.4.2. La fase dell'esecuzione	»	361
2.5. Obblighi di informazione	»	362
2.5.1. Inderogabilità degli obblighi di informazione ...	»	364
2.6. Clausole vessatorie	»	365
2.7. Validità ed efficacia dell' <i>e-contract</i>	»	367
2.7.1. Ipotesi di nullità	»	368
2.7.2. Annullabilità dell' <i>e-contract</i>	»	370
3. Responsabilità del <i>provider</i>	»	371
4. Il <i>provider</i> si evolve in <i>social network</i> . responsabilità connesse. <i>facebook</i> e le elezioni politiche in Italia del 2018	»	381
5. La 'rivoluzione dell' algoritmo'. La proposta del "Regolamento per il rinnovamento del mercato unico dei servizi digitali"	»	391

CAPITOLO UNDICESIMO

PROFILI GIURIDICI DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Benedetta Maria Sabatino

1. Intelligenza artificiale. Cenni introduttivi.....	Pag. 395
2. Big data e discriminazione algoritmica	» 397
2.1. Intelligenza artificiale e protezione dei dati personali. L'art. 22 GDPR	» 399
3. Profili significativi del regolamento europeo sull'intelligenza artificiale (AI Act).....	» 401
4. La legge italiana in materia di intelligenza artificiale	» 406
5. La responsabilità civile da intelligenza artificiale	» 408
5.1. La responsabilità per danno da prodotti difettosi	» 413
6. Il contratto algoritmico	» 416

CAPITOLO DODICESIMO

PROFILI DI NET NEUTRALITY E DIGITAL SECURITY

Salvatore Vigliar – Vincenzo Varriale – Giorgio Giannone Codiglione

1. Innovazione e neutralità tecnologica	Pag. 421
1.1. Il principio di neutralità tecnologica.....	» 426
2. <i>Privacy</i> e protezione dei dati	» 429
2.1. Il data breach nel Regolamento UE n. 2016/679 (General Data Protection Regulation)	» 433
2.2. Privacy impact assessment.....	» 438
3. Criminalità Informatica.....	» 444
3.1. Le intercettazioni tra esigenze di indagine e principi costituzionalmente garantiti	» 447
3.2. Le intercettazioni di comunicazioni informatiche e telematiche e le nuove misure urgenti per il contrasto al terrorismo (Legge n. 43/2015).....	» 448
3.3. Presupposti e limiti di utilizzazione delle intercettazioni telefoniche	» 451
3.4. La segretezza ed il divieto di pubblicazione degli atti d'indagine e le nuove disposizioni a tutela della privacy (D.Lgs. n. 216/2017).....	» 454
3.5. Le principali novità introdotte dal c.d. "Decreto Intercettazioni" in materia di tutela della riservatezza ...	» 456
3.6. La disciplina del captatore informatico quale nuova frontiera delle intercettazioni	» 458

3.7. Le modalità di disattivazione e rimozione del captatore informatico	»	462
3.8. La disciplina dell'utilizzabilità delle intercettazioni acquisite a mezzo captatore informatico.....	»	464
3.9. Conclusioni	»	465

CAPITOLO TREDICESIMO

DOCUMENTO INFORMATICO, FIRME ELETTRONICHE
ED ATTIVITÀ DI CERTIFICAZIONE*Salvatore Sica – Virgilio D'Antonio – Luca E. Perriello*

1. Evoluzione del dato normativo	Pag.	467
2. I documenti informatici: tipologie e valore probatorio.....	»	472
2.1. Copia, duplicazione ed estratti dei documenti informatici	»	476
2.2. Il procedimento di validazione temporale	»	479
3. Le firme elettroniche: problematiche definitorie	»	481
3.1. Firma elettronica semplice ed avanzata.....	»	483
3.2. La firma elettronica qualificata.....	»	485
3.3. Il sigillo elettronico	»	487
3.4. La firma digitale	»	488
3.5. La firma elettronica autenticata.....	»	491
3.6. Il sistema pubblico di identità digitale (SPID)	»	491
4. Cenni alla crittografia	»	493
5. Il sistema di certificazione	»	494
5.1. Le forme dell'attività di certificazione: il prestatore di servizi fiduciari non qualificati	»	497
5.2. Il prestatore di servizi fiduciari qualificati	»	498
5.3. Obblighi e responsabilità del titolare di firma elettronica qualificata e del prestatore di servizi di firma elettronica qualificata	»	500
5.4. La cessazione dell'attività di certificazione	»	505

CAPITOLO QUATTORDICESIMO

MONETA ELETTRONICA, CRIPTOVALUTE, PAYMENTS
BY PHONE ED EURO DIGITALE*Piervincenzo Pacileo*

1. Analisi evolutiva della nozione della <i>digital money</i>	Pag.	507
2. Il quadro normativo internazionale e la <i>policy</i> del legislatore comunitario: la direttiva 2000/46/CE.....	»	508

3. Natura giuridica della moneta “digitale”	»	510
4. Le integrazioni apportate al Testo Unico Bancario in attuazione delle direttive comunitarie emesse in materia.....	»	514
5. Gli ulteriori sviluppi nella disciplina dell’ <i>e-money</i> : dalla direttiva 2009/110/CE all’“Albo degli istituti di moneta elettronica”	»	526
6. <i>Bitcoin</i> : moneta del futuro o bolla speculativa?	»	536
7. I pagamenti tramite <i>smartphone</i>	»	545
8. Il progetto sull’euro digitale.....	»	547

CAPITOLO QUINDICESIMO

TRANSAZIONI ON-LINE E NORME APPLICABILI

Ludovico Montera

1. Premessa	Pag.	565
2. Giurisdizione e competenza: principi generali.....	»	566
3. Modelli di commercio elettronico.....	»	571
4. L’illecito extracontrattuale: responsabilità dell’ <i>Internet Service Provider</i>	»	574
5. Soluzioni extragiudiziali delle controversie.....	»	579

CAPITOLO SEDICESIMO

GLI ORGANISMI DI CONTROLLO

Giuseppe Maria Marino

1. Il sistema dei controlli	Pag.	583
2. La Commissione parlamentare per l’indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi	»	584
3. Il Ministero delle imprese e del <i>made in Italy</i>	»	586
4. L’introduzione al modello delle Autorità Amministrative Indipendenti (AAI)	»	588
4.1. Classificazione delle Autorità Amministrative Indipendenti.....	»	589
5. Authority per le garanzie nelle comunicazioni e Autorità garante della concorrenza e del mercato: indipendenza vera o presunta?.....	»	590
6. L’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni: sua natura giuridica	»	591
7. Le competenze dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.....	»	593

8. Struttura ed organizzazione interna dell'Agcom	»	595
8.1. Il Presidente	»	595
8.2. La Commissione per le Infrastrutture e le Reti.....	»	597
8.3. La Commissione per i Servizi e i Prodotti	»	599
8.4. Il Consiglio	»	601
9. L'Agcom e la regolamentazione del settore radiotelevisivo in difesa dei diritti degli utenti	»	603
10. Il Consiglio Nazionale degli Utenti (CNU)	»	604
11. I Co.Re.Com.	»	605
12. <i>L'Autorità garante della concorrenza e del mercato</i>	»	607
<i>Indice analitico</i>	Pag.	611

Estratto

Estratto da un prodotto in vendita su **ShopWKI**, il negozio online di Wolters Kluwer Italia

Vai alla scheda →

Wolters Kluwer opera nel mercato dell'editoria professionale, del software, della formazione e dei servizi con i marchi: IPSOA, CEDAM, Altalex, UTET Giuridica, il fisco.

