

G. AVANZINI - G. MATUCCI - L. MUSSELLI  
(a cura di)

# INFORMAZIONE E MEDIA NELL'ERA DIGITALE

*Seconda edizione*

Dipartimento di Scienze Politiche Biblioteca	
Inv.	DSP 8762
Coll.	INFOR. 621.B 175

 **GIUFFRÈ**  
GIUFFRÈ FRANCIS LEFEBVRE

## INDICE SOMMARIO

<i>Premessa</i> . . . . .	XV
<i>Premessa alla seconda edizione.</i> . . . . .	XVII

### Parte I

#### LIBERTÀ DI ESPRESSIONE, GARANZIE E LIMITI

##### CAPITOLO 1

#### LA TUTELA COSTITUZIONALE DELLA LIBERTÀ DI COMUNICAZIONE E DI ESPRESSIONE

di *Andrea Gratteri*

1. Manifestazione del pensiero, comunicazione e informazione . . . . .	3
2. La libertà di espressione nelle Costituzioni europee e nella Costituzione degli Stati Uniti . . . . .	8
3. Il diritto di informare, di essere informati e di ottenere informazioni . . . . .	13
4. Il pluralismo delle fonti di informazione . . . . .	16
5. La stampa nell'articolo 21 della Costituzione: il divieto di censura e la disciplina del sequestro . . . . .	17
6. Comunicazione e informazione nella società iperconnessa . . . . .	22

##### CAPITOLO 2

#### VECCHI E NUOVI LIMITI DELLA LIBERTÀ DI ESPRESSIONE

di *Roberto Borrello*

1. Inquadramento del tema. Limiti espliciti e limiti impliciti . . . . .	27
2. Analisi degli specifici limiti contenutistici della libertà di manifestazione del pensiero . . . . .	31
2.1. Il limite esplicito del buon costume . . . . .	31
2.2. I limiti impliciti . . . . .	36
2.2.1. I diritti della personalità . . . . .	37
2.2.1.1. Il diritto all'onore . . . . .	37
2.2.1.2. Il diritto all'identità personale . . . . .	39
2.2.1.3. Il diritto alla riservatezza e il diritto all'oblio . . . . .	41

2.2.2.	<i>L'habeas mentem</i> . . . . .	42
2.2.3.	Il diritto d'autore e delle opere dell'ingegno . . . . .	44
2.2.4.	La normativa sulle manifestazioni fasciste, razziste, a favore del genocidio, negazioniste e di odio in genere . . . . .	45
2.2.5.	I segreti: segreti pubblicistici (di Stato, d'ufficio o amministrativo, investigativo-processuale) e segreti privatistici (professionale, scientifico ed industriale) . . . . .	48
2.2.5.1.	Il segreto di Stato . . . . .	49
2.2.5.2.	Il segreto d'ufficio . . . . .	51
2.2.5.3.	Il segreto investigativo-processuale . . . . .	52
2.2.5.4.	I segreti privatistici: il segreto professionale, il segreto industriale e scientifico . . . . .	53
2.2.6.	Il prestigio e l'onore delle istituzioni pubbliche e il rispetto della religione . . . . .	54
2.2.7.	L'ordine pubblico . . . . .	56

CAPITOLO 3

**LA TUTELA DELLA LIBERTÀ DI INFORMAZIONE  
NELLA GIURISPRUDENZA DELLA CORTE EUROPEA  
DEI DIRITTI DELL'UOMO**

di *Federica Falconi*

1.	La garanzia internazionale della libertà di informazione e il ruolo centrale della Corte EDU nel contesto regionale europeo . . . . .	61
2.	Il contenuto della libertà di informazione garantita dall'art. 10 CEDU e il dinamismo interpretativo della giurisprudenza di Strasburgo . . . . .	64
3.	I limiti alla libertà di informazione tra esigenze di bilanciamento e margine di apprezzamento statale . . . . .	68
4.	Lo statuto privilegiato riservato alla stampa quale <i>watchdog</i> della democrazia . . . . .	71
5.	La valorizzazione dei doveri e delle responsabilità connaturati all'esercizio della libertà di informazione nelle ipotesi di conflitto con altri diritti e interessi . . . . .	75
6.	L'esigenza di evitare un <i>chilling effect</i> sulla libertà di informazione e il controllo sulla proporzionalità delle sanzioni . . . . .	77
7.	La tutela della libertà di informazione <i>online</i> : alcuni approdi recenti . . . . .	80

CAPITOLO 4

**IL DIRITTO DI CRONACA**

di *Lucia G. Sciannella*

1.	Diritto di cronaca e libertà di manifestazione del pensiero . . . . .	87
2.	Il reato di diffamazione . . . . .	89
2.1.	Le aggravanti del reato di diffamazione . . . . .	92
2.2.	Diffamazione a mezzo stampa e obbligatorietà del carcere: la "svolta" della Corte costituzionale . . . . .	95

2.3. L'intervista diffamatoria . . . . .	97
3. Le scriminanti nell'esercizio del diritto di cronaca: la "sentenza decalogo" della Corte di Cassazione del 1984 . . . . .	99
3.1. L'utilità sociale della notizia ( <i>rectius</i> : interesse pubblico) . . . . .	100
3.2. La verità del fatto narrato . . . . .	102
3.3. La forma "civile" dell'esposizione . . . . .	105
4. La cronaca giudiziaria . . . . .	107
5. Cronaca, critica e satira: elementi distintivi . . . . .	111

CAPITOLO 5

**LA DIFFAMAZIONE  
E LE RESPONSABILITÀ PENALI SUL WEB**

di *Sergio Seminara*

1. Internet nel mondo normativo dei <i>mass media</i> . . . . .	117
2. Internet e reati di manifestazione del pensiero . . . . .	120
3. La diffamazione su Internet: problemi di qualificazione del reato e criteri di accertamento della rilevanza penale dell'offesa (rinvio) . . . . .	122
4. Questioni in tema di giurisdizione: i criteri sovranazionali . . . . .	124
4.1. I criteri nazionali per determinare la giurisdizione: il momento consumativo del reato di diffamazione <i>on-line</i> . . . . .	126
4.2. Il luogo di consumazione del reato di diffamazione <i>on-line</i> . . . . .	129
5. Le responsabilità in rete: l'autore dei contenuti illeciti . . . . .	131
5.1. La responsabilità dei fornitori di servizi in rete . . . . .	132
5.2. Autoria e concorso di persone . . . . .	135
5.3. Posizioni di garanzia e obblighi di impedimento dell'evento . . . . .	138
6. Le tendenze verso la responsabilizzazione dei <i>provider</i> . . . . .	142
7. Gli scenari del prossimo futuro: il regolamento (UE) n. 2022/2065 . . . . .	145

CAPITOLO 6

**I DISCORSI D'ODIO**

di *Palmina Tanzarella*

1. Delimitazione del tema . . . . .	151
2. I discorsi d'odio tra disposizioni normative e interpretazioni giurisprudenziali . . . . .	154
2.1. I rimedi penali . . . . .	155
2.2. I rimedi civilistici . . . . .	157
3. I discorsi d'odio <i>online</i> . . . . .	160
4. Gli orientamenti europei . . . . .	161
5. Costituzione pluralista tra <i>original intent</i> e nuove esigenze democratiche . . . . .	166
6. Nuove prospettive . . . . .	169

CAPITOLO 7

**INFORMAZIONE, PRIVACY,  
RISERVATEZZA E OBLIO**

di *Giuditta Matucci*

1.	Sul diritto alla <i>privacy</i> : dal diritto alla vita privata <i>personale</i> al diritto alla vita privata <i>sociale</i> . . . . .	175
2.	Sul diritto alla protezione dei dati personali . . . . .	177
2.1.	Alle origini della disciplina legislativa della protezione dei dati personali . . . . .	178
2.2.	Il Codice della <i>privacy</i> dopo il « Pacchetto europeo protezione dati » . . . . .	180
2.3.	Le modifiche apportate dal decreto “capienze” . . . . .	182
3.	Esercizio del diritto di cronaca giornalistica e tutela dei dati personali . . . . .	183
3.1.	Diritto di cronaca giornalistica e tutela della <i>privacy</i> delle <i>public figures</i> . . . . .	185
3.2.	Diritto di cronaca giornalistica, <i>privacy</i> del minore e dei “soggetti deboli” . . . . .	187
3.3.	Diritto di cronaca giornalistica e tutela di particolari categorie di dati personali . . . . .	192
4.	Il diritto all’oblio . . . . .	194
5.	Alcune questioni aperte . . . . .	199

CAPITOLO 8

**LA COMUNICAZIONE POLITICA**

di *Ottavio Grandinetti*

1.	Introduzione al tema . . . . .	205
2.	Evoluzione della disciplina . . . . .	207
3.	Fondamento costituzionale della <i>par condicio</i> . . . . .	209
4.	Le linee generali della disciplina contenuta nella l. n. 28 del 2000 . . . . .	212
4.1.	Ambito di applicazione della disciplina contenuta nella l. n. 28 del 2000 . . . . .	212
4.2.	Tipologie di periodi e di programmi . . . . .	213
4.3.	Poteri integrativi affidati alla Cpiv ed all’Agcom . . . . .	214
4.4.	Soggetti politici e criteri di suddivisione degli spazi . . . . .	215
5.	I messaggi politici autogestiti . . . . .	215
6.	La comunicazione politica . . . . .	216
7.	I programmi di informazione . . . . .	218
8.	Le c.d. altre trasmissioni . . . . .	223
9.	I sondaggi . . . . .	223
10.	I rapporti con la comunicazione pubblica . . . . .	225
11.	Le sanzioni . . . . .	226
12.	Le problematiche di Internet . . . . .	228

**Parte II**  
**DISCIPLINA DEI MEZZI**  
**E DELLE FORME DI COMUNICAZIONE**

CAPITOLO 1

**DISCIPLINA DELL'EDITORIA**  
**E ORDINE DEI GIORNALISTI**

di *Luisa Flore*

1.	Legge sulla stampa ed esigenze di trasparenza nel sistema di imputazione delle responsabilità . . . . .	235
2.	Dallo "stampato" al "prodotto editoriale" . . . . .	238
3.	Dalla riforma dell'editoria del 1981 alle nuove norme per la registrazione delle imprese editoriali: la trasparenza delle informazioni societarie . . . .	240
4.	Interventi <i>antitrust</i> e tutela del pluralismo informativo . . . . .	244
5.	Le misure di politica economica: incentivi pubblici alle imprese e potenziamento dell'editoria digitale . . . . .	246
6.	Il ruolo del "direttore responsabile" all'interno dell'impresa editoriale e la "clausola di coscienza" . . . . .	251
7.	L'Ordine professionale e l'Albo dei giornalisti . . . . .	252
8.	Codice deontologico e sanzioni disciplinari . . . . .	254
9.	L'informazione attraverso il <i>web</i> e le nuove figure professionali . . . . .	258

CAPITOLO 2

**LA DISCIPLINA DELL'AUDIOVISIVO IN ITALIA**

di *Lucia Musselli*

	Introduzione . . . . .	265
1.	Dal monopolio al sistema misto . . . . .	266
2.	La legge n. 223 del 1990: l'affermazione del sistema misto pubblico-privato .	271
2.1.	La legge n. 249 del 1997: l'istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni . . . . .	272
2.2.	La legge n. 66 del 2001: la prima disciplina del digitale terrestre . . . . .	274
3.	La legge n. 112 del 2004 ed il Testo Unico della radiotelevisione . . . . .	275
4.	Il Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (Tusmar) . . . .	278
5.	Il d.lgs. 8 novembre 2021, n. 208: il nuovo Testo Unico dei servizi di media audiovisivi . . . . .	279
5.1.	La regolamentazione delle <i>video sharing platforms</i> . . . . .	281
5.2.	La nuova disciplina sulla tutela del pluralismo . . . . .	284
5.3.	Conclusione . . . . .	285

CAPITOLO 3

**IL SERVIZIO PUBBLICO RADIOTELEVISIVO**

di *Fabio Giglioni*

1.	La peculiarità del servizio pubblico nel sistema radiotelevisivo . . . . .	289
----	--	-----

2.	L'evoluzione del servizio pubblico radiotelevisivo . . . . .	292
3.	I contenuti e l'oggetto del servizio pubblico radiotelevisivo . . . . .	298
4.	Il sistema di governo della RAI . . . . .	302
5.	Il finanziamento del servizio pubblico radiotelevisivo . . . . .	305

CAPITOLO 4

**LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA**

di Ugo Minneci e Lucia Musselli

Sezione I - *La disciplina della pubblicità tra eteronomia ed autonomia*

1.	Struttura e funzione della pubblicità . . . . .	311
2.	Annuncio pubblicitario, interessi rilevanti e risposte normative . . . . .	312
3.	La pubblicità ingannevole all'interno del Codice di Consumo . . . . .	315
4.	La pubblicità ingannevole nell'ambito del d.lgs. n. 145/2007 . . . . .	318
5.	Il sistema dell'Autodisciplina pubblicitaria . . . . .	320

Sezione II - *Le comunicazioni commerciali audiovisive*

1.	Il contesto normativo di riferimento . . . . .	321
2.	Le comunicazioni commerciali audiovisive: tipologie . . . . .	323
3.	I limiti normativi nelle comunicazioni commerciali audiovisive . . . . .	327
3.1.	I limiti qualitativi . . . . .	328
3.2.	Le regole sulle interruzioni pubblicitarie . . . . .	331
3.3.	I limiti quantitativi: l'affollamento pubblicitario . . . . .	332

CAPITOLO 5

**INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE PUBBLICA:  
STRUTTURE E STRUMENTI DELL'AMMINISTRAZIONE**

di Silvia Illari

1.	I <i>confini</i> della nozione di comunicazione pubblica . . . . .	337
2.	La comunicazione pubblica nel contesto di riforma della pubblica amministrazione . . . . .	340
2.1.	La <i>funzione di comunicazione</i> e i suoi caratteri essenziali . . . . .	343
3.	La disciplina della comunicazione pubblica-istituzionale e i suoi limiti: legge quadro 7 giugno 2000, n. 150 . . . . .	344
3.1.	Strutture . . . . .	346
3.2.	Strumenti . . . . .	350
4.	I siti <i>web</i> istituzionali delle amministrazioni pubbliche . . . . .	353
4.1.	La sezione « Amministrazione Trasparente » . . . . .	356
5.	La difficoltosa opportunità rappresentata dai <i>social media</i> . . . . .	358
6.	Il linguaggio delle pubbliche amministrazioni come problema di una comunicazione accessibile ed efficace . . . . .	361
7.	Prospettive in divenire per una comunicazione pubblica al servizio degli obiettivi di <i>governance</i> . . . . .	363

CAPITOLO 6

**DIRITTO ALL'INFORMAZIONE  
E TRASPARENZA AMMINISTRATIVA**

di *Giulia Avanzini*

1.	Dalla trasparenza al diritto di informazione nei confronti della pubblica amministrazione . . . . .	369
1.1.	Gli strumenti della trasparenza . . . . .	372
2.	L'accesso difensivo e la legittimazione soggettiva . . . . .	372
2.1.	I limiti oggettivi e la tutela della <i>privacy</i> . . . . .	375
2.2.	Il procedimento e le tutele in caso di diniego di accesso . . . . .	377
3.	Obblighi di pubblicazione e accesso civico semplice quale meccanismo di <i>enforcement</i> . . . . .	378
4.	L'accesso civico generalizzato . . . . .	380
4.1.	Eccezioni assolute e relative all'accesso generalizzato . . . . .	383
4.2.	La domanda di accesso generalizzato e il procedimento . . . . .	385
5.	Il <i>Freedom of Information Act</i> . . . . .	388
6.	L'amministrazione digitale e nuove forme di conoscibilità dell'azione amministrativa . . . . .	391

**Parte III**

**DIRITTI E MERCATI DIGITALI**

CAPITOLO 1

**IL DIRITTO DI ACCESSO A INTERNET**

di *Quirino Camerlengo*

1.	Diritti e internet: una introduzione . . . . .	399
2.	L'eguaglianza alla prova della rete . . . . .	402
3.	L'accesso alla rete come diritto sociale . . . . .	405
4.	Un nuovo diritto? . . . . .	408
5.	Alcuni elementi di criticità . . . . .	411
6.	Nell'era dell'accesso . . . . .	415

CAPITOLO 2

**LA REGOLAZIONE DELL'INFORMAZIONE  
DIGITALE FRA PLURALISMO E MERCATO**

di *Vittorio Pampanin*

1.	Regolazione dell'informazione tra concorrenza ( <i>plurality</i> ) e pluralismo ( <i>diversity</i> ) . . . . .	421
1.1.	La disciplina del pluralismo nel mercato dei servizi media audiovisivi alla luce della più recente normativa . . . . .	423
2.	La transizione al digitale dei servizi media audiovisivi e la nascita di nuovi operatori nel settore delle comunicazioni <i>online</i> . . . . .	425

3.	L'esigenza di neutralità della rete a garanzia del libero accesso all'informazione ( <i>net neutrality</i> ) . . . . .	428
4.	Le nuove regole europee rivolte agli intermediari digitali ( <i>platform regulation</i> ) e alla creazione del <i>Digital Single Market</i> . . . . .	432

CAPITOLO 3

**LA NOZIONE DI PIATTAFORMA  
E LA DISCIPLINA APPLICABILE**

di *Allegra Canepa*

1.	L'affermazione delle piattaforme nel mercato digitale . . . . .	439
2.	Le comunicazioni della Commissione su mercato digitale e piattaforme . . . . .	441
3.	L'ingresso delle piattaforme in mercati regolamentati e la questione dell'attività svolta: analisi dei casi <i>Uber-pop</i> e <i>Airbnb</i> . . . . .	443
3.1.	Le pronunce della Corte di Giustizia nei casi <i>Uber-pop</i> e <i>Airbnb</i> . . . . .	446
4.	Natura e modello di <i>business</i> delle grandi piattaforme: <i>Big tech</i> e criticità regolatorie . . . . .	449
4.1.	Profilazione, personalizzazione del servizio ed effetti sul funzionamento del mercato: il caso del <i>marketplace</i> di <i>Amazon</i> . . . . .	452
5.	La definizione di grandi piattaforme e le misure previste nel Regolamento sui mercati digitali . . . . .	454

CAPITOLO 4

**LE FAKE NEWS  
E IL RAFFORZAMENTO DEGLI STRUMENTI  
PER CONTRASTARNE LA DIFFUSIONE**

di *Gloria Marchetti*

1.	Le diverse definizioni di <i>fake news</i> . . . . .	461
2.	Le <i>fake news</i> e il loro impatto sulla libertà di informazione, sulla democrazia, sulla tutela dei diritti e sull'ordine pubblico . . . . .	462
3.	Il dibattito sul contrasto alle <i>fake news</i> . . . . .	465
4.	La posizione del nostro ordinamento rispetto alle notizie false . . . . .	466
5.	La necessità di limitare la diffusione di alcune tipologie di <i>fake news</i> . . . . .	467
6.	I rimedi per contrastare le <i>fake news</i> : l'intervento regolativo dello Stato e l'autoregolamentazione dei <i>providers</i> . . . . .	468
6.1.	La regolamentazione pubblica in alcuni Paesi europei . . . . .	468
6.2.	Il modello dell'autoregolamentazione dei <i>providers</i> . . . . .	472
7.	Le misure dell'Unione europea per contrastare la disinformazione <i>online</i> : dagli atti di <i>soft law</i> a quelli di regolamentazione e co-regolamentazione . . . . .	474
7.1.	La Risoluzione del Parlamento europeo sulle piattaforme <i>online</i> e il mercato unico digitale e il Piano d'azione contro la disinformazione . . . . .	474
7.2.	Il Codice di autoregolamentazione per le piattaforme digitali del 2018 . . . . .	476

7.3.	La Comunicazione congiunta « <i>Tackling Covid-19 disinformation: getting the facts right</i> » . . . . .	477
7.4.	Il ricorso alla regolamentazione e alla co-regolamentazione: il <i>Digital Services Act</i> e il nuovo Codice di buone pratiche sulla disinformazione . . . . .	478
8.	Considerazioni conclusive . . . . .	481

CAPITOLO 5

**PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE,  
SOCIAL MEDIA E INFLUENCER**

di *Allegra Canepa*

1.	Il ruolo dei <i>social media</i> nella pubblicizzazione dei prodotti . . . . .	487
2.	L'incerta natura giuridica della figura dell' <i>influencer</i> . . . . .	490
3.	<i>Influencer marketing</i> e pratiche commerciali scorrette: la tecnica della <i>call to action</i> . . . . .	493
4.	Gli utenti diventano <i>influencer</i> : L'intervento dell'AGCM nel caso <i>Tik Tok - Gocce di Fulmine</i> . . . . .	496
5.	<i>Influencer</i> , ambiente <i>social</i> e nuove vulnerabilità per gli utenti . . . . .	498

CAPITOLO 6

**INTELLIGENZA ARTIFICIALE E MEDIA INDUSTRY**

di *Lucia G. Sciannella*

1.	Premessa . . . . .	503
2.	Intelligenza Artificiale e modelli algoritmici nel settore dei media: uno sguardo d'insieme . . . . .	504
3.	Applicazioni di IA nel campo dei media: algoritmi di raccomandazione . . . . .	506
3.1.	( <i>Segue</i> ): il caso <i>Netflix</i> . . . . .	508
3.2.	<i>Media Recommendation</i> e la "TikTokizzazione" del Web . . . . .	510
3.3.	Intelligenza Artificiale e personalizzazione dell'informazione . . . . .	511
4.	Intelligenza Artificiale e creazione di contenuti per i media: "Dramatron" . . . . .	514
4.1.	( <i>Segue</i> ): "Robot Journalism" . . . . .	516
4.1.1.	Chat GPT e la nuova frontiera della "generative AI" . . . . .	518
5.	Intelligenza Artificiale e Media: tentativi di regolazione . . . . .	522

<i>Gli autori</i> . . . . .	533
-----------------------------	-----