# Diritto della comunicazione per le imprese e i media

## Prof. Ruben Razzante

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

La comunicazione è un elemento strategico per le imprese pubbliche e private e per il sistema dei media. L’evoluzione tecnologica ha messo in discussione le regole giuridiche e deontologiche tradizionali e sta imponendo l’emanazione di nuove norme e principi di autoregolamentazione in grado di interpretare la complessità e le sfide dell’interattività e della convergenza multimediale. Questo corso intende esaminare le trasformazioni economiche e giuridiche in atto e i doveri che da esse discendono per gli operatori dei diversi ambiti della comunicazione pubblica e privata. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di affrontare sul piano giuridico casi nazionali ed europei legati alla tutela dei diritti e all’esercizio delle differenti professioni del mondo dell’informazione e della comunicazione.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

1. Le categorie fondamentali: informazione, comunicazione e connessione. Il diritto all’informazione e il bilanciamento con gli altri diritti.

2. I media nell’era della convergenza. L’evoluzione del sistema radiotelevisivo in Italia e in Europa*.* La riforma della Rai. *Par condicio* e informazione politica. Le regole giuridiche del *web*.

3. La riforma della *privacy* in Europa. *Privacy* e tecnologie. Responsabilità dell’*Internet service provider.* I *social network.* Il danno da *spamming*. *Telemarketing* e Registro delle opposizioni. Diritto all’oblio e altri diritti dell’utente digitale. *Cyber*bullismo. Diffamazione *on-line*.

4. Gli organismi di controllo. Le autorità indipendenti. Il ruolo dell’Agcom e dell’*Antitrust*. Le attività dei Co.Re.Com.

5. L’Agenda digitale. La banda larga e l’innovazione tecnologica al servizio delle imprese e delle pubbliche amministrazioni. *Blockchain, Internet of Things*(*IoT*), *Artificial Intelligence (AI)*.

6. La comunicazione negli enti pubblici. Trasparenza, diritto d’accesso, *customer satisfaction*, rendicontazione e digitalizzazione. Le nuove professionalità.

7. La regolamentazione del *lobbying* in Italia, in Europa e negli Usa.

8. Diritto d’autore “tradizionale” e diritto d’autore *on-line* dopo la riforma europea del *copyright* (Direttiva UE 2019/790 recepita in Italia). Tutela dei diritti *on-line* e qualità dell'informazione in Rete. Il fenomeno delle *fake news* e i condizionamenti commerciali e pubblicitari. Tentativi di regolamentazione in Europa e negli Usa.

9. Diritto del marketing e principi di proprietà industriale. Funzione del marchio come identificativo della fonte imprenditoriale e strumento della *consumer awareness*. Il *design* e le piattaforme elettroniche: strumenti di vendita, accesso del consumatore al *concept store* virtuale e fidelizzazione.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

R. Razzante, *Manuale di diritto dell’informazione e della comunicazione,* Cedam-Wolters Kluwer, Padova, 2019 (ottava edizione). [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/ruben-razzante/manuale-di-diritto-dellinformazione-e-della-comunicazione-9788813369385-558925.html)

R. Razzante (a cura di), *La Rete che vorrei. Per un* web *al servizio di cittadini e imprese dopo il* Covid-19, FrancoAngeli, Milano, 2020. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/autori-vari/la-rete-che-vorrei-per-un-web-al-servizio-di-cittadini-e-imprese-dopo-il-covid19-9788835107101-690667.html)

È obbligatorio acquistare la nuova edizione del Manuale. Le altre edizioni non sono valide. Si ricorda che le fotocopie dei libri di testo sono vietate dalla legge. Altre indicazioni bibliografiche verranno fornite dal docente durante le lezioni.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni in aula. Approfondimenti tematici attraverso una serie di testimonianze di addetti ai lavori. Esercitazioni sui temi della proprietà industriale.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Esami orali. La valutazione avverrà attraverso una serie di domande poste al candidato al fine di verificare la comprensione, da parte sua, delle dinamiche del mondo della comunicazione e delle modalità di tutela dei diritti nell’ambiente virtuale. Si valuterà, altresì, la padronanza del linguaggio giuridico e di settore. Si chiederà al candidato di applicare a casi pratici le nozioni acquisite durante il corso. Votazioni superiori ai 28/30 verranno attribuite soltanto agli studenti in grado di padroneggiare il linguaggio tecnico-giuridico, limitatamente agli argomenti affrontati durante il corso.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

I non frequentanti sono pregati di contattare il docente all'inizio dell'anno accademico per giustificare l'assenza (accettabile solo a fronte di motivate ragioni) e concordare un programma integrativo. Si presume che lo studente abbia interesse per le dimensioni giuridica ed etico-deontologica dei fenomeni dell’ecosistema mediatico.

Qualora l'emergenza sanitaria dovesse protrarsi, sia l’attività didattica, sia le forme di controllo dell’apprendimento, in itinere e finale, saranno assicurati anche “da remoto”, attraverso la piattaforma BlackBoard di Ateneo, la piattaforma Microsoft Teams e gli eventuali altri strumenti previsti e comunicati in avvio di corso, in modo da garantire il pieno raggiungimento degli obiettivi formativi previsti nei piani di studio e, contestualmente, la piena sicurezza degli studenti.

***ORARIO E LUOGO DI RICEVIMENTO***

Il Prof. Ruben Razzante, durante i periodi di lezione, riceverà gli studenti tutti i venerdì alle ore 11,30 presso l’Istituto di Scienze politiche.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)