



Insegnamento	Media Law. Policy and privacy
Livello e corso di studio	Laurea Magistrale in comunicazione digitale – LM-19
Settore scientifico disciplinare (SSD)	IUS-01 diritto privato
Anno Accademico	2024-2025
Anno di corso	2
Numero totale di crediti	6
Propedeuticità	Nessuna
Docente	Paolo Di Candilo Facoltà: Scienze della Comunicazione Nickname: paolo.dicandilo Email: paolo.dicandilo@unicusano.it Orario di ricevimento: Consultare il calendario alla pagina del nostro sito verificando gli orari di Videoconferenza: www.unicusano.it/calendario-lezioni-in-presenza/calendario-area-giuridica
Presentazione	<p>Il Corso Media Law, policy and privacy ha per oggetto il quadro normativo dei mezzi di informazione e comunicazione di nuova generazione emersi con la rivoluzione digitale e del WEB nella prospettiva privatistica dei diritti individuali.</p> <p>Dopo una prima introduzione sul quadro normativo e sui principi costituzionali di diretto interesse dei media tradizionali (stampa e sistema radiotelevisivo) e dei media di nuova generazione (blog, forum e internet service provider), saranno affrontati: da un lato, il fenomeno commerciale connesso ai nuovi mezzi di comunicazione e di informazione e le posizioni e diritti soggettivi individuali in esso coinvolti a contenuto propriamente economico e patrimoniale, soprattutto nella prospettiva della tutela del consumatore; d'altro lato, saranno esaminati i diritti soggettivi a contenuto personale.</p> <p>Nella prima prospettiva, saranno esaminate le tematiche concernenti: il diritto d'autore con particolare riferimento al web; la contrattazione elettronica; la comunicazione commerciale e la documentazione elettronica; i soggetti del c.d. commercio elettronico.</p> <p>Nella seconda prospettiva, saranno affrontati, in primo luogo, i diritti della personalità tradizionalmente intesi, nome ed immagine ed identità personale, estesa alla c.d. identità digitale, soprattutto nella prospettiva del loro bilanciamento con il diritto alla libera manifestazione del pensiero; in secondo luogo, il diritto alla riservatezza, sia nella prospettiva <i>negativa</i> (diritto all'oblio), sia soprattutto in quella positiva della privacy, intesa come protezione dei dati personali.</p>
Obiettivi formativi disciplinari	<p>Il corso ha i seguenti obiettivi formativi:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Illustrare il sistema normativo dei sistemi di informazione e comunicazione soprattutto di nuova generazione;2. Illustrare i principali diritti individuali a contenuto patrimoniale interessati dai nuovi mezzi di informazione e comunicazione (es. diritti d'autore);3. Illustrare il fenomeno del commercio e della contrattazione elettronica, inclusa la comunicazione commerciale;4. Illustrare i diritti della personalità interessati dai nuovi mezzi di informazione e comunicazione: identità personale e digitale, riservatezza;5. Illustrare il sistema della privacy ai fini della protezione dei dati personali.
Prerequisiti	Si consiglia una preparazione elementare e basica in materia giuridica.



Risultati di apprendimento attesi	Conoscenza e capacità di comprensione Lo studente al termine del Corso avrà dimostrato di comprendere le principali fonti e discipline delle materie affrontate: stampa tradizionale, limiti impliciti alla manifestazione del pensiero, estensione della disciplina dettata per la stampa tradizionale ai cc.dd. new media; il regime di responsabilità dei cc.dd. internet service provider, le regole del contratto elettronico concluso dal consumatore; le regole su documento e firme elettroniche; le regole dettate dal GDPR a protezione della c.d. privacy. Applicazione delle conoscenze Lo studente sarà in grado di inquadrare da un punto di vista legale le attività che si svolgono nell'ambito dei nuovi sistemi di informazione e comunicazione e di individuare le regole ad esse applicabili. Capacità di trarre conclusioni Lo studente sarà in grado di individuare le soluzioni legali più appropriate in relazione ai casi concreti e comprendere la responsabilità dei soggetti che operano nel web. Abilità comunicative Lo studente sarà in grado di descrivere e sostenere conversazioni su problemi legali concernenti il sistema della comunicazione ed informazione, il commercio elettronico e la privacy. Capacità di apprendere Lo studente al termine del Corso avrà conoscenza delle nozioni fondamentali della materia e avrà capacità di inquadrare il fenomeno dei media e soprattutto new media nell'ambito delle varie discipline ad esso applicabile.
Organizzazione dell'insegnamento	Il corso è sviluppato attraverso le lezioni preregistrate audio-video che compongono, insieme a slide e dispense, i materiali di studio disponibili in piattaforma. Il numero complessivo di lezioni è 18, ciascuna divisa in due parti di circa 25 minuti l'una. Ciascuna parte di lezione è corredata da dispensa scritta e slide. Per ciascuna lezione, sono proposti test di autovalutazione , di tipo asincrono, che consentono agli studenti di accertare sia la comprensione, sia il grado di conoscenza acquisita dei contenuti di ognuna delle lezioni. La didattica interattiva sarà svolta nel forum della "classe virtuale" e potrà comprendere 1 Etivity . In particolare, il Corso Media Law, policy and privacy prevede 6 Crediti formativi. Il carico totale di studio per questo corso di insegnamento è compreso tra 150 (minimo) e 170 ore , indicativamente così suddivise: circa 135 ore per la visualizzazione e lo studio del materiale videoregistrato (18 ore circa videoregistrate di Teoria, corredate da 180 slide e circa 200 fogli di dispense scritte). 15 ore di Didattica Interattiva per l'esecuzione dei test di autovalutazione. ulteriori 12 ore in caso di Etivity. Si consiglia di distribuire lo studio della materia uniformemente in un periodo di 7 settimane dedicando tra le 20 alle 30 ore di studio a settimana.
Contenuti del corso	Modulo 1 – Sistema normativo dei media tradizionali (2 lezioni di teoria videoregistrate per un impegno di 14 ore di studio del materiale didattico e circa 2 per la autovalutazione) dove sono affrontati i seguenti argomenti: i principi costituzionali della materia ed in particolare la libera manifestazione del pensiero ed i relativi limiti impliciti; la disciplina della stampa (Legge Stampa e le Leggi n. 416/1981 e 62/2001); la disciplina del sistema radiotelevisivo, dal monopolio pubblico al testo unico del 2005 (c.d. Tusmar). Modulo 2 – Sistema normativo dei media di nuova generazione (2 lezioni di teoria videoregistrate per un impegno di 14 ore di studio del materiale didattico e circa 2 per la autovalutazione) dove sono affrontati i seguenti argomenti: i mezzi di comunicazione informatizzata ed il loro ambito di operatività, più esteso rispetto alla funzione informativa tradizionale; la manifestazione del pensiero attraverso il new media e l'estensione ad essi della disciplina della stampa cartacea; la normativa sugli Internet Service Provider ed il regime di responsabilità di quelli cc.dd. mere conduit, cc.dd. caching e cc.dd. hosting. La figura del c.d. host attivo.



Modulo 3 – Diritto d'autore on line e contrattazione elettronica (3 lezioni di teoria videoregistrate per un impegno di 21 ore di studio del materiale didattico e circa 3 per la autovalutazione) dove sono affrontati i seguenti argomenti:

oggetto del diritto d'autore ed i connessi diritti di utilizzazione economica e morale; le possibili tutele del copyright online ed in particolare delle opere digitali (Regolamento AGCOM); forme e modalità della contrattazione elettronica (agente virtuale e tasto negoziale elettronico); la disciplina di tutela del consumatore (obblighi informativi, clausole vessatorie e diritto di recesso).

Modulo 4 – Comunicazione commerciale, documentazione e firme elettronica (2 lezioni di teoria videoregistrate per un impegno di 14 ore di studio del materiale didattico e circa 2 per la autovalutazione) dove sono affrontati i seguenti argomenti:

i principi generali della comunicazione commerciale (correttezza, riconoscibilità e distinguibilità); gli obblighi informativi e la pubblicità indirizzata verso prodotti pericolosi e minori; la pubblicità comparativa; le regole della comunicazione commerciale nei servizi media audiovisivi e radiofonici; la disciplina della comunicazione commerciale realizzata in internet e la Digital Chart assunta dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria; la documentazione nell'ambito dei new media e della rivoluzione digitale; il documento elettronico e le firme elettroniche (qualificata, digitale e semplice) e relativa disciplina.

Modulo 5 – I new media ed il lavoro (3 lezioni di teoria videoregistrate per un impegno di 21 ore di studio del materiale didattico e circa 3 per la autovalutazione) dove sono affrontati i seguenti argomenti:

le nuove modalità di svolgimento della prestazione lavorativa: lo *smart working*, il telelavoro e *home working*; le nuove organizzazioni produttive: le piattaforme digitali; i nuovi profili professionali del web (giornalista social, blogger, influencer); i soggetti del commercio elettronico: operatori economici on line e internet service provider.

Modulo 6 – Riservatezza e Privacy (6 lezioni di teoria videoregistrate per un impegno di 42 ore di studio del materiale didattico e circa 6 per la autovalutazione) dove sono affrontati i seguenti argomenti:

i diritti tradizionali della personalità (il diritto al nome ed all'immagine); l'emersione del diritto all'identità personale e l'identità digitale; le tutele in caso di aggressione ai diritti della personalità: la diffamazione online; il diritto alla riservatezza in senso negativo, quale diritto a non subire ingerenze nella propria sfera privata; il diritto alla riservatezza in senso positivo quale diritto al controllo ed alla protezione dei dati personali; la disciplina dettata a tutela della privacy; il GDPR ed il Codice privacy: principi generali del trattamento, trattamento dei dati sensibili, diritti degli interessati; gli obblighi del titolare e del responsabile del trattamento, la privacy rispetto all'esercizio della libera manifestazione del pensiero ed in particolare la privacy nel giornalismo (le regole deontologiche promosse dal Garante Privacy).

Materiali di studio

MATERIALI DIDATTICI A CURA DEL DOCENTE

Il materiale didattico presente in piattaforma è suddiviso in 6 moduli.

Essi ricoprono interamente il programma e ciascuno di essi contiene dispense, slide e videolezioni in cui il docente commenta le slide.

Tale materiale contiene tutti gli elementi necessari per affrontare lo studio della materia.

Testi consigliati:

IL DIRITTO DELLE COMUNICAZIONI, a cura di G. Bruno, Giappichelli, 2019

MANUALE DI DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE, S. Sica – V. Zeno Zencovich, Cedam, 2019

IL DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DEI MEDIA, Vigevani, Pollicino, Melzi d'Eril, Cuniberti, Bassini, Giappichelli, 2019.

IL DIRITTO DEL WEB, M. Menzi – P. Falletta, Cedam, 2018

PRIVACY DIGITALE, a cura di E. Tosi, Giuffrè, 2019



UNIVERSITÀ CUSANO

Modalità di valutazione	<p>L'esame consiste nello svolgimento di una prova scritta su test di valutazione o, in alternativa, in un colloquio orale.</p> <p>La prova scritta prevede 30 domande a risposta multipla con 4 opzioni di scelta di cui 1 corretta. Ad ogni risposta esatta è assegnato 1 punto. La durata della prova scritta è di 30 minuti.</p> <p>La prova orale prevede un colloquio di durata pari a circa 15/20 minuti, strutturato con 3/4 domande, valutato da 1 a 30.</p> <p>L'esame valuta i risultati di apprendimento attesi circa le conoscenze della materia, la capacità di applicarle, le abilità comunicative, la capacità di trarre conclusioni e la capacità di autoapprendimento.</p> <p>Lo svolgimento dell'attività è valutata dal Docente con assegnazione fino a 3 punti della votazione dell'esame</p>
Criteri per l'assegnazione dell'elaborato finale	<p>L'assegnazione dell'elaborato finale avverrà sulla base di un colloquio con il docente in cui lo studente manifesterà i propri specifici interessi in relazione a qualche argomento che intende approfondire; non esistono preclusioni alla richiesta di assegnazione della tesi e non è prevista una media particolare per poterla richiedere.</p>