

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.	L' <i>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 *Palmira 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</i> - <i>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: " <i>Dramatron</i> "	514
4.1. (<i>Segue</i>): "Robot Journalism"	516
4.1.1. Chat GPT e la nuova frontiera della " <i>generative AI</i> "	518
5. Intelligenza Artificiale e Media: tentativi di regolazione	522

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

PREMESSA

Il volume nasce dall'esigenza di confronto e di condivisione tra docenti che hanno maturato una specifica esperienza scientifica e didattica nei diversi ambiti disciplinari che confluiscono nel diritto dell'informazione, da sempre materia complessa, trasversale e sfuggente rispetto alle tradizionali collocazioni sistematiche.

Prendendo spunto dal precedente lavoro *L'informazione e le sue regole* (2016), curato da Giulia Avanzini e Giuditta Matucci, l'opera, che si arricchisce del contributo di Lucia Musselli oltre che di nuovi contenuti, si propone di offrire uno sguardo critico e aggiornato sui problemi che la rapida evoluzione delle tecnologie digitali e dei *new media* pone all'interprete, riflettendo nel contempo la multidisciplinarietà della materia.

I nuovi scenari digitali che caratterizzano la contemporaneità con la loro costante e sempre più rapida evoluzione, vengono qui indagati sia alla luce dei paradigmi classici delle libertà informative, sia attraverso l'indagine critica di nuove categorie problematiche quali il rapporto sempre più stretto tra individuo e piattaforme digitali di ultima generazione, la generazione e diffusione di *fake news*, il fenomeno dell'*hate speech*, la *net neutrality*, e infine la pervasività di algoritmi di analisi di dati complessi sempre più sottilmente sofisticati.

L'insieme dei contributi raccolti nel volume intende essere di stimolo ad una sempre più necessaria rivisitazione di istituti già esistenti, alla ricerca di nuove categorie per la garanzia dei diritti fondamentali.

Pensato per un pubblico non necessariamente di giuristi, il volume si caratterizza per una prima parte (*Temî*), in cui sono raccolti contributi di più agile lettura che hanno lo scopo di fornire in forma sintetica i principi fondamentali del diritto dell'informazione (sia con riferimento alle libertà che agli aspetti di regolazione dei diversi settori) e per una seconda parte (*Problemi*), che raccoglie saggi di approfondimento di alcune tematiche che si ritengono oggi particolarmente sfidanti.

Pavia, dicembre 2019

GIULIA AVANZINI, GIUDITTA MATUCCI, LUCIA MUSSELLI

PREMESSA ALLA SECONDA EDIZIONE

Nel corso di questi ultimi anni il panorama dei media è stato oggetto di modifiche profonde: l'affermarsi delle piattaforme, lo sviluppo dell'intelligenza artificiale, le nuove forme assunte dalla comunicazione commerciale sono solo alcuni degli ambiti in cui si affermano nuove esigenze di regolazione e di tutela.

È risultato opportuno quindi procedere ad una revisione del manuale che giunge oggi alla sua seconda edizione, le ultime due con l'editore Giuffrè Francis Lefebvre.

Nel corso della nuova edizione è stato confermato l'impianto originario che ha dimostrato nel tempo di essere funzionale alle esigenze didattiche degli autori, impegnati come docenti in vari Atenei d'Italia. Il manuale che si propone non ha quindi l'obiettivo di trattare tutti gli ambiti vastissimi del diritto dell'informazione, ma ha lo scopo, ben più limitato, di fornire gli strumenti per una lettura dei più recenti fenomeni giuridici che interessano il mondo dell'informazione.

Rispetto alle precedenti edizioni si è abbandonata la distinzione tra una "parte generale" dedicata ai temi "istituzionali" e una "parte speciale" di approfondimento ove erano racchiusi i contributi maggiormente specialistici e si è decisa un'impostazione articolata su tre tematiche.

La prima parte, che fornisce le fondamenta del diritto dell'informazione, è incentrata sulla libertà di espressione e di comunicazione. Tale sezione è stata rafforzata rispetto al passato, riservandosi una particolare attenzione alla dimensione dei diritti della personalità. In tal senso i saggi ivi presenti analizzano la dimensione della tutela costituzionale della libertà di comunicazione e dei suoi limiti, con particolare attenzione alla giurisprudenza CEDU, per poi passare al diritto di cronaca, alla tutela della privacy, ai profili penalistici della diffamazione, all'analisi dei discorsi d'odio ed alla disciplina della *par condicio*.

La seconda parte si sofferma su alcuni mezzi e forme di comunicazione. Accanto ad alcuni temi classici, quali quelli relativi alla stampa ed all'editoria ed alla disciplina dell'audiovisivo con un focus particolare sul servizio pubblico radiotelevisivo, si collocano alcuni saggi sulla comunicazione pubblicitaria (questo contributo risulta ampliato rispetto al passato con riferimento all'esperienza dell'autodisciplina pub-

blicitaria), sulla comunicazione pubblica e sulla trasparenza amministrativa.

La terza parte, non a caso intitolata “Diritti e mercati digitali”, è quella che ci immette nel presente, affrontando temi che presentano uno spiccato carattere di attualità. Nell’ambito di un contesto ove le piattaforme acquisiscono un ruolo sempre maggiore, sia nell’ambito del panorama dei media che con riferimento a quello delle pratiche commerciali, si pongono nuove esigenze di regolazione e garanzia. Da un lato quindi, sotto un profilo della tutela dei diritti, ci si interroga sull’esistenza di un diritto di accesso ad internet o sulla questione, ad oggi non pacificamente risolta della regolazione delle *fake news*, così come si indagano le implicazioni problematiche dell’intelligenza artificiale. Dall’altro, sotto il profilo del diritto dell’economia, si definiscono le regole dell’informazione digitale in bilico tra pluralismo e concorrenza e si esamina la disciplina giuridica delle piattaforme con particolare riguardo ai rischi di violazioni delle regole del diritto della concorrenza e della tutela dei consumatori.

Destinato ad un pubblico di studenti di vari corsi di laurea con una prevalenza delle classi di scienze delle comunicazioni, il testo si propone l’obiettivo di sviluppare una sensibilità critica verso temi, quelli del diritto dell’informazione, caratterizzati da una forte complessità, in taluni casi interdisciplinari e molto spesso lontani da approdi giurisprudenziali e dottrinali certi.

Pavia, luglio 2023

GIULIA AVANZINI, GIUDITTA MATUCCI, LUCIA MUSSELLI