

INDICE SOMMARIO

<i>Gli Autori</i>	IX
<i>Prefazione</i>	XV
<i>Introduzione</i>	XXV

Parte prima

IL DIRITTO D'AUTORE E SUA EVOLUZIONE

Capitolo Primo

L'EVOLUZIONE DELLA COMUNICAZIONE: DA MESSAGGIO A BENE DELL'IMPRESA

Federico Unnia

1.1. Premessa	3
1.2. Comunicazione oggi: un magma in divenire	3
1.3. Il dilemma giuridico: informazione <i>vs</i> promozione	7
1.4. Le due rivoluzioni: Internet e piattaforme <i>social</i>	8
1.5. La comunicazione come contenuto narrativo	9
1.6. L'impresa opinionista	10
1.7. Lo spettacolo della Marca	12

Capitolo Secondo

ITER DELLA DIRETTIVA COPYRIGHT E RECEPIMENTO - LA CORTE DI GIUSTIZIA EUROPEA

Stefano Previti e Alessandro La Rosa

2.1. Introduzione	15
2.2. Il c.d. <i>value gap</i> . L'intervento normativo dell'Unione Europea	17
2.3. L'art. 17 della Direttiva sul diritto d'autore nel mercato unico digitale	21
2.4. Il diritto di "comunicazione al pubblico" secondo la Corte di Giustizia	22

2.5. Il nuovo regime europeo di responsabilità dei gestori di piattaforme <i>online</i>	29
2.6. Direttiva <i>e-commerce</i> e Direttiva sul diritto d'autore nel mercato unico digitale a confronto	31
2.7. Il recente arresto della Corte di Giustizia nelle cause riunite C-682/2018 e 683/2018	38
2.8. Il recepimento della Direttiva sul diritto d'autore nel mercato unico digitale in Italia	42
2.9. Conclusioni	44

Capitolo Terzo

I CONTENUTI DIGITALI TRA TUTELA EVOLUTIVA DEL DIRITTO D'AUTORE E RESPONSABILITÀ DELLE PIATTAFORME, NELLA DIRETTIVA EUROPEA E NELLA GIURISPRUDENZA

Marina Tavassi e Gaia Bellomo

3.1. Introduzione.	45
3.2. Le scelte della Direttiva 2019/790	47
3.3. Il contributo della giurisprudenza italiana	56
3.4. Conclusioni	67

Parte seconda

L'IMPATTO DELLA NUOVA DISCIPLINA NEI VARI SETTORI

Capitolo Primo

IL MERCATO DIGITALE E L'OSPITE INDESIDERATO (LA PIRATERIA) GLI IMPORTANTI SVILUPPI DELLA GIURISPRUDENZA CIVILE NELL'ULTIMO TRIENNIO (2019-2021)

Liliana Ciliberti e Daniele Roncarà

1.1. Premessa - nuovi scenari di mercato e l'ospite indesiderato (la pirateria)	71
1.2. I <i>player</i> della pirateria	77
1.3. Gli intermediari che prestano servizi in rete.	80
1.4. La rapida e continua evoluzione della giurisprudenza civile nazionale.	88
1.5. La Direttiva sul diritto d'autore nel mercato digitale 2019/790 ("Direttiva <i>Copyright</i> ")	96
1.6. Recenti sviluppi della legislazione nazionale (Decreto Rilancio) e l'incremento dei poteri dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.	97
1.7. Conclusioni	100

Capitolo Secondo

IL CASO MEDIASET

Stefano Longhini

2.1. Premessa	105
2.2. L'esperienza giurisprudenziale di Mediaset con la Corte di Cassazione sul caso Yahoo!	106
2.3. La Direttiva <i>Copyright</i> : art. 17.	120
2.4. Linee guida per l'interpretazione dell'articolo 17 della Direttiva <i>Copyright</i>	127
2.5. La trasposizione dell'art. 17 nel panorama legislativo italiano del diritto d'autore	130
2.6. Conclusioni	135

Capitolo Terzo

IL SETTORE MUSICALE

Enzo Mazza

3.1. L'industria discografica: dall'era di Napster alla rivoluzione digitale	137
3.2. iTunes e la musica liquida	139
3.3. Dal possesso all'accesso: lo <i>streaming</i> e le nuove frontiere della distribuzione immateriale	139
3.4. Le piattaforme <i>streaming</i> : servizi <i>premium</i> e modelli <i>ad-supported</i>	140
3.5. <i>Social media</i> e piattaforme di <i>messaging</i>	141
3.6. Dati, algoritmi e <i>curation</i>	142
3.7. <i>Content protection</i>	143
3.8. L'impatto della nuova Direttiva europea sul <i>copyright</i> e il <i>value gap</i> nel settore musicale.	144
3.9. Il futuro prossimo venturo.	147

Capitolo Quarto

**LA COMUNICAZIONE COMMERCIALE ONLINE
E LA NUOVA DISCIPLINA SUL DIRITTO D'AUTORE**

Wanya Carraro

4.1. Premessa.	149
4.2. La pubblicità online	150
4.3. Il rapporto tra pubblicità e diritto d'autore.	153
4.3.1. Pubblicità e suo inquadramento: strumento di attività commerciale o libertà di espressione? Segno distintivo o espressione creativa?	153
4.3.2. Pubblicità e pirateria online	158
4.3.2.1. L'approccio <i>Follow The Money</i>	159
4.3.2.2. La pubblicità inconsapevole e i danni reputazionali.	163
4.4. Il recepimento della Direttiva <i>copyright</i> e la pubblicità online.	166
4.5. Conclusioni	168

Parte terza

INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DIRITTO D'AUTORE

Capitolo Primo

**L'IMPATTO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE
SUI DIRITTI DI PRIVATIVA DA COPYRIGHT***Giovanni Cerutti e Roberta Tisci*

1.1. Intelligenza Artificiale ("IA"): un « <i>autore senza volto</i> »?	173
1.1.1. IA: nuove sfide, funzionamento e potenzialità «espressive» . . .	173
1.1.2. Verso un copyright «oggettivato» e «in cerca d'autore»? . . .	178
1.2. La tutela del copyright al tempo dell'IA: terra incognita	179
1.2.1. Introduzione ed ambito dell'indagine.	179
1.2.2. Inquadramento normativo dell'IA tra diritto d'autore e <i>quid novi iuris</i> ?	181
1.2.3. Corollari - Responsabilità - Privativa o clausole contrattuali allo stato attuale - cenni.	186
1.3. Text & Data Mining («TDM») alla luce della Direttiva 2019/790. . .	191
1.3.1. TDM: la situazione giuridica <i>ante</i> Direttiva Copyright	191
1.3.2. TDM: le «novità» introdotte dalla Direttiva Copyright e dal Decreto Legislativo di recepimento	194
1.3.3. Copyright vs TDM nella Direttiva Copyright: fattori critici . .	199
1.4. Conclusioni	202

Capitolo Secondo

**I SISTEMI AUTOMATICI DI RICONOSCIMENTO
DEI CONTENUTI PROTETTI DA DIRITTO D'AUTORE***Matteo Flora*

2.1. Perché parliamo di sistemi automatici di riconoscimento dei contenuti	207
2.2. Introduzione alle Tecnologie di Riconoscimento	209
2.3. Lo «stato dell'arte» delle tecnologie di riconoscimento automatico . .	211
2.4. Il futuro, l'intelligenza artificiale e i problemi di libertà di espressione	217

INDICI

<i>Indici bibliografico e sitografico</i>	223
---	-----