

QUADERNI DI DIRITTO ED ECONOMIA
DELLE COMUNICAZIONI E DEI MEDIA

6

Direttore

Giovanni CREA
Università Europea di Roma

Comitato scientifico

Stefano ATERNO
Studio Legale Aterno

Alfonso CONTALDO
Libera Università degli Studi della Tuscia

Gennaro Paolo CUOMO
Libera Università degli Studi
"Maria SS. Assunta" – LUMSA

Rocco MAMMOLITI
Poste Italiane

Maurizio MENSÌ
Libera Univ. Inter.le Studi Sociali "Guido Carli" LUISS

Marianna QUARANTA
Università telematica Pegaso

Elisabetta ZUANELLI
Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Comitato redazionale

Francesca ATTANASIO
Università degli Studi di Salerno

Federico DE SILVO
Alenia

Francesco MINCIOTTI
Studio legale Viglione

Ivana NASTI
Autorità per le garanzie nelle comunicazioni

Giampietro PIROZZI
Tribunale di Nola

Luigi PRINZI
Telecom Italia

QUADERNI DI DIRITTO ED ECONOMIA DELLE COMUNICAZIONI E DEI MEDIA

Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione sono un elemento imprescindibile per una società le cui prospettive di sviluppo riposano sull'utilizzo di infrastrutture di rete e di servizi di telecomunicazione necessari a supportare lo svolgimento di numerose attività (scambi economici, governo del territorio, rapporti tra istituzioni e cittadini, ...). L'avvento di Internet e delle nuove tecnologie sta determinando il passaggio alla società dell'informazione, ma pone anche questioni di ordine economico e giuridico che, per essere adeguatamente affrontate, richiedono un cambiamento culturale da parte di famiglie, organizzazioni e istituzioni.

La collana "Quaderni di Diritto ed Economia delle comunicazioni e dei media" si propone di trattare le questioni economico-giuridiche proprie del settore delle telecomunicazioni e dei *media* che caratterizza la società dell'informazione; questioni che riguardano i diritti fondamentali delle persone, la tutela della concorrenza e del pluralismo dei mezzi di comunicazione, la protezione dei consumatori, la neutralità della rete. In questa prospettiva, la collana ospita lavori di carattere teorico ed empirico di studiosi e ricercatori che possano rappresentare strumenti utili sia alla comunità scientifica per il prosieguo della ricerca sia agli *stakeholder* del settore (autorità di garanzia, operatori di telecomunicazioni, associazioni dei consumatori) per la definizione delle loro strategie. La collana è aperta a contributi di diverso profilo editoriale – monografie, opere curate, atti di convegni e seminari – il cui obiettivo comune è il monitoraggio di un contesto socio-economico in continua evoluzione, per averne conoscenza e per formulare previsioni che possano orientare le decisioni pubbliche e private.

Information and communication technologies are a fundamental asset for societies whose growth prospects are based on the use of network infrastructures and telecommunication services needed to support various activities (economic transactions, government of territory, connections between institutions and citizens, ...). Internet and new technologies are driving the transition to knowledge society; they also pose economic and legal issues that require a cultural change of view by families, organizations and institutions, in order to be properly faced.

The series "Notebooks of Law and Economics of the communications and media" is intended to discuss economic and legal aspects in telecommunications and media that characterize the information society. The series deals with basic rights of individuals, the protection of competition and pluralism of media, the protection of consumers, and net neutrality. In this perspective, the series contains theoretical and empirical articles by experts and researchers who could provide useful tools to the scientific community and stakeholders in the sector (authorities, telecom operators, consumers' groups) for the definition of their strategies. The series is open to contributions of different editorial profiles – monographs, conference and seminars proceedings – whose common goal is the monitoring of social and economic development as related to technologies in order to elaborate knowledge and guidelines for public and private decisions.

Comunicazione digitale e comunicazione in rete

Nozioni, competenze, applicazioni

a cura di

Elisabetta Zuanelli

Contributi di

Roberto Basili

Mirto Silvio Busico

Giovanni Crea

Francesco Di Ciommo

Francesca Dragotto

Daniele Ferraioli

Giorgio Lener

Sandra Petroni

Paolo Pomati

Saverio Rubini

Chiara Scarabotti

Francesca Vannucchi

Fabio Massimo Zanzotto

Elisabetta Zuanelli



Copyright © MMXII
ARACNE editrice S.r.l.

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

via Raffaele Garofalo, 133/ A-B
00173 Roma
(06) 93781065

ISBN 978-88-548-4800-9

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: maggio 2012

5 *Indice*

11 **Introduzione**
Elisabetta Zuanelli

PARTE I **Il contesto normativo**

17 **Capitolo 1**
Il commercio elettronico
Giorgio Lener

1.1. Nozione e tratti generali, 17 – 1.2. Brevissimi cenni storici, 20 – 1.3. I tratti salienti dell'*e-commerce*: superamento della dimensione territoriale, “*digital divide*” ed effettività delle regole giuridiche, 22 – 1.4. Le fonti normative: cenni, 26 – 1.5. Il contratto telematico: la sua disciplina essenziale, 27 – 1.5.1. La conclusione del contratto telematico, 33 – 1.5.2. La forma del contratto telematico, 37 – Bibliografia, 40

43 **Capitolo 2**
Rivoluzione digitale e problema della responsabilità civile in Internet
Francesco Di Ciommo

2.1. Dai territori nazionali allo spazio transnazionale: evoluzione della tecnica e diritto in crisi di identità, 43 – 2.2. La “rivoluzione digitale”, 45 – 2.3. Internet, comunità virtuali e società globale, 47 – 2.4. Chi governa Internet? Prove tecniche di anarchia, 50 – 2.5. Le potenzialità dannose delle autostrade telematiche, 52 – 2.6. Spazio e tempo in Internet: i problemi di individuazione dell'autore dell'illecito *online*, 53 – 2.7. Questioni aperte di

diritto internazionale privato in caso di illecito *online*, 55 – 2.8. Il problema della competenza territoriale per illecito *online*: le prime soluzioni giurisprudenziali, 58 – 2.9. La tesi preferibile accolta in Cassazione, 61 – 2.10. I criteri di imputazione della responsabilità civile per illecito *online* commesso da utente rimasto anonimo, 63 – 2.11. La prima giurisprudenza americana e gli interventi legislativi, 64 – 2.12. La giurisprudenza europea, 68 – 2.13. La responsabilità civile degli intermediari della società dell'informazione nella Direttiva 2000/31/Ce e nel D. Lgs, 70/2003, 71 – 2.14. Colpa specifica dell'intermediario e dovere di collaborazione con le autorità competenti al fine di identificare l'autore dell'illecito, 74 - Bibliografia, 76

83 **Capitolo 3** **Prospettive di concorrenza e di pluralismo nell'era dell'*Information and Communication Technology*** *Giovanni Crea*

3.1. Introduzione, 83 – 3.2. Pluralismo, concorrenza e analisi del mercato, 90 – 3.2.1. Concorrenza e pluralismo in mercati non concentrati, 91 – 3.2.1. Concorrenza oligopolistica nel mercato televisivo. Dinamiche di implosione, 93 – 3.3. Il pluralismo multimediale, 97 – 3.4. I limiti antitrust, 101 – 3.4.1. Il controllo delle concentrazioni esterne, 101 – 3.4.2. Le concentrazioni interne, 103 – 3.4.3 Una disciplina speciale a tutela del pluralismo, 104 – 3.4.4. I limiti antitrust adottati dall'ordinamento nazionale, 108 – 3.5. Conclusioni, 112 – Bibliografia, 116

PARTE II

Comunicazione digitale e progettazione per la rete

121 **Capitolo 1** **La comunicazione digitale e la comunicazione in rete** *Elisabetta Zuanelli*

1.1. Premessa, 121 – 1.2. Comunicazione digitale: le nozioni di base e l'approccio interdisciplinare, 123 – 1.2.1. Gli strumenti e l'efficacia della comunicazione, 125 – 1.2.2. Interdisciplinarietà e *Internet science*, 126 – 1.3. La comunicazione digitale e le discipline del linguaggio, 129 – 1.4. La tipologia e gli scopi di siti e portali, 130 – 1.5. Architettura di conoscenza e di comunicazione: la progettazione per il Web, 133 – 1.6. La progettazione di siti web, 134 – 1.6.1. Il design interfunzionale, 134 – 1.6.2. I contenuti della progettazione di siti e portali, 137 – 1.6.3. *Lo usage/user centered design*, 139 – 1.7. Accessibilità e usabilità dei siti web: criteri e parametri di analisi, 143 – 1.8. L'analisi dei siti web: parametri specifici, 146 – 1.9.

Progettazione e sviluppo web: criteri organizzativi e nuove professionalità, 148 – 1.9.1. Discipline e professionalità per il Web, 150 – Bibliografia, 151

153 Capitolo 2

Progettazione dei siti: la prospettiva tecnologica

Saverio Rubini

2.1. Contenuti delle pagine web, 153 – 2.2. La tecnica nella comunicazione in Internet, 155 – 2.2.1. TCP/IP e il trasferimento dei dati a pacchetti, 157 – 2.3. Internet, intranet ed extranet, 159 – 2.3.1. Architettura *client-server*, 160 – 2.3.2. URL, dominio, credenziali, 162 – 2.3.3. Documenti, file, formati, 165 – 2.4. Accessibilità e usabilità, 167 – Bibliografia, 169

171 Capitolo 3

Usabilità: concetto e discipline di riferimento

Chiara Scarabotti

3.1. Il concetto di usabilità, 171 – 3.2. Progettazione e usabilità, 178 – 3.3. Valutazione d'usabilità, 184 – 3.4. Web marketing e usabilità, 187 – Bibliografia, 191

193 Capitolo 4

Internet e TV digitale: tecnica, problematiche e prospettive dei nuovi sistemi televisivi digitali

Daniele Ferraioli

4.1. Il passaggio dalla cultura analogica a quella digitale, 193 – 4.2. Il segnale digitale, 194 – 4.3. La TV digitale, 196 – 4.4. La TV 3D, 200 – 4.5. I sistemi trasmissivi, 201 – 4.6. Le nuove frontiere della TV, 203 – Bibliografia, 208

PARTE III

Comunicazione e scrittura per la rete

211 Capitolo 1

Progettazione dei siti: la prospettiva semiologica

Elisabetta Zuanelli

1.1. Premessa, 211 – 1.2. Le scritture dei siti web, 212 – 1.3. La comunicazione visiva: semiotica e retorica delle interfacce grafiche, 215 – 1.4. La

semiologia: Ferdinand de Saussure, 217 – 1.4.1. Il segno in Saussure, 218 – 1.5. La semiotica di Charles S. Peirce, 221 – 1.5.1. Il segno in Peirce, 221 – 1.6. Semiotica e retorica delle interfacce grafiche, 223 – 1.7. La metafora come processo cognitivo e l'interfaccia grafica, 233 – 1.7.1. Le metafore strutturali, 234 – 1.7.2. Le metafore di orientamento, 234 – 1.7.3. Le metafore ontologiche, 235 – 1.8. Conclusioni, 239 – Bibliografia, 241

243 **Capitolo 2**
Il Web multilingue
Sandra Petroni

2.1. Multilinguismo e divario digitale, 243 – 2.2. Progettare siti multilingue, 248 – Bibliografia, 256

257 **Capitolo 3**
Tipi di scrittura istituzionale. Canali tradizionali e Web
Paolo Pomati

3.1. Il mondo è cambiato, 257 – 3.2. Mappatura funzionale dei siti web, 258 – 3.3. La situazione comunicativa, 261 – 3.4. I partecipanti, 263 – 3.5. Gli scopi, 267 – 3.6. Gli atti linguistici, 269 – 3.7. Le chiavi sociali, 272 – 3.8. Gli strumenti, 274 – 3.9. Le norme, 277 – 3.10 I generi, 279 – Bibliografia, 280

285 **Capitolo 4**
L'efficacia comunicativa di testi istituzionali online
Paolo Pomati

4.1. L'era dei comunicati è tramontata?, 285 – 4.2. Accertare la notiziabilità, 287 – 4.3. Che cos'è una notizia per il Web?, 289 – 4.4. Il comunicato stampa: dal tradizionale al digitale, 290 – 4.4.1. Il comunicato tradizionale, 290 – 4.4.2. Il comunicato digitale, 294 – 4.5. Le news e gli avvisi, 295 – 4.5.1. Le news, 296 – 4.5.2. Gli avvisi, 298 – 4.6. Gli eventi, 301 – 4.6.1. Eventi giornalistici online, 301 – 4.6.2. Testi digitali per la promozione di eventi, 303 – Bibliografia, 305 – Sitografia, 309

311 **Capitolo 5**
Analisi di tipologie testuali: criteri e metodi
Francesca Dragotto

5.1. Il testo, 312 – 5.2. Buoni testi e cattivi testi, 316 – 5.3. Il linguaggio burocratico, burocratese e questioni della leggibilità, 317 – 5.4. Testi efficaci, leggibilità e Web, 319 – 5.5. Conclusioni, 322 – Bibliografia, 323

325 **Capitolo 6**
L'industria editoriale e i suoi prodotti: dal libro al *booktrailer*
Francesca Vannucchi

6.1. Il mercato editoriale in Italia. Stato dell'arte, 325 – 6.2. La comunicazione *online* del libro: l'origine e la diffusione del *booktrailer*, 336 – 6.3.1. Alcuni esempi di *booktrailer* nel panorama internazionale, 346 – Bibliografia, 354 – Sitografia, 354

PARTE IV

**Nuove tecnologie digitali, applicazioni interdisciplinari
e servizi a tecnologia avanzata**

359 **Capitolo 1**
ChatBot: le macchine *chiacchierone*
Fabio Massimo Zanzotto

1.1. Costruire una macchina *chiacchierona*, 359 – 1.2. Il prototipo della macchine *chiacchierone*, 362 – 1.3. Un primo linguaggio Stimolo-Risposta, 364 – 1.3.1. Un linguaggio basato sul linguaggio naturale, 364 – 1.3.2. variabile “copiativa”, 365 – 1.4. I primi condizionamenti: il ristimolo, 367 – 1.5. Stimolo-Risposta e ricordi: l'introduzione della memoria, 370 – 1.5.1. I primi ricordi: passo precedente, 372 – 1.5.2. Contestualizzazione del discorso, 374 – 1.5.3. Ricordi più complessi: le variabili, 376 – Appendici, 378 – Bibliografia, 385

387 **Capitolo 2**
Ontologie nel *Semantic Web*: tra ingegneria della conoscenza, linguaggio e filosofia
Roberto Basili

2.1. Un conflitto terminologico, 388 – 2.2. Ontologie nell'ingegneria della conoscenza, 393 – 2.3. Il ruolo delle lingue, 396 – 1.4. Prospettive, 400 – Bibliografia, 403

10 Indice

405 **Capitolo 3**
La gestione dei contenuti e gli strumenti informatici relativi: il *Content Management System* (CMS)
Mirto Silvio Busico

3.1. I *Content Management System* (CMS), 405 – 3.2. Plone, 406 – 3.3. Come si presenta Plone, 410 – 3.3.1. Inserimento di contenuti, 000 – Sitografia, 414

PARTE V

Laboratori e applicazioni

417 Laboratori della Parte II

457 Laboratori delle Parti III e IV

465 *Bibliografia*

491 *Sitografia*

Introduzione

Elisabetta Zuanelli

Il micromillennio, il millennio della rivoluzione informatico-telematica e di Internet: contesto e strumento dello sconvolgimento e del riposizionamento mondiale della conoscenza, dell'informazione, dell'interazione sociale, della creatività umana in formato digitale. Le due prospettive invitano a momenti di riflessione e analisi, almeno parziali, dei nuovi assunti implicati nell'evoluzione del rapporto tradizionale tra le tecnologie informatiche e le scienze umane storicamente assestate. Spiegare il cambiamento di prospettiva è in parte lo scopo di questo volume, la cui storia si riconnette a un momento particolare della mia visione dello studio e della ricerca in materia.

Quando fui chiamata a Tor Vergata e introdussi l'insegnamento di cattedra in *Comunicazione digitale*, alcuni semplicemente annuirono, altri tacitamente assunsero, altri fraintesero. Tra i fraintendimenti più comuni è l'intendere la "comunicazione in Rete" come un tema di informatica convenzionale o di telecomunicazioni. È ciò che si riscontra in molta letteratura sull'argomento. In quel che è rispecchiato in questo e in altri volumi che ho connesso a questo approccio, invece, la nozione di comunicazione digitale in Rete tratta di che significhi interagire umanamente attraverso l'intermediazione delle tecnologie informatiche. Fin qui, apparentemente, nulla di nuovo: dallo storico rapporto uomo-macchina, allo sviluppo ventennale della cosiddetta comunicazione mediata dal computer, la CMC.

Nell'accezione che ho cercato di trasferire concettualmente anche in questo volume è sotteso un assunto fondamentale consistente nella negoziazione di un nuovo rapporto tra le discipline storicamente intese, come oggetti disciplinari specifici e separati negli approcci metodologici e nelle finalità della ricerca e l'informatica, scienza di linguaggi traduttivi ed elaborativi di interazioni e conoscenza. La media-

zione è a favore di una tessitura in filigrana di nuove competenze di tipo interdisciplinare di marchio neo-umanistico. È ciò che ho trattato ed evocato altrove come neo-umanesimo digitale della conoscenza, tecnologicamente elaborata, quasi in condivisione simbiotica con il potere elaborativo della macchina, del computer.

Per tentare un esempio specifico, possiamo assumere che il diritto dell'informatica, di Internet, delle telecomunicazioni si completi in una visione rovesciata per la quale non è il diritto che si occupa di informatica ma l'informatica che assiste il diritto e che gli consente di sviluppare nuovi contenuti e nuovi strumenti per l'esercizio del suo specifico. Pensiamo a prodotti raffinati di tecnologie digitali: da *data set* e *data base* sul diritto e la giurisprudenza, a piattaforme intelligenti di dominio giuridico tutte ancora da ideare, a simulazioni giuridiche attraverso studi di caso trattati informaticamente e via dicendo. Ma un ragionamento simile, a doppia pista, si pone non solo nel diritto ma anche nella medicina come nell'economia, nei beni culturali come nel turismo, nell'ambiente come nelle scienze matematiche e fisiche.

L'assunto in filigrana è lo stesso e interroga il rapporto tra gli ambiti di conoscenza tradizionalmente intesi e l'apporto interdisciplinare dall'informatica e verso l'informatica. Questa, a sua volta infatti, necessita di alimentarsi di discipline quali la linguistica e la psicologia cognitiva, la semiologia e la retorica, per citare alcuni ambiti teorici irrinunciabili per gli sviluppi architettonici di contenuto più avanzati. Nel caso in questione, la nozione di comunicazione digitale delimita un campo di indagine che supera la distinzione tra le scienze della comunicazione e del linguaggio da un lato e le scienze digitali dall'altro ricomponendo la dicotomia nella prospettiva di una nuova modalità di interazione umana, sociale, economica culturale racchiusa dalla dizione di comunicazione digitale.

È l'assunto per il quale quando la comunicazione avviene tra l'umano e la macchina, e dunque storicamente il computer, ma oggi anche attraverso la macchina, nei siti e nei portali Internet siamo in presenza di un complesso universo virtuale da comprendere, usare e imparare a sviluppare: architetture di conoscenza e di comunicazione e nuovi modelli di servizi digitali. È l'interazione mediante motori o *directory* per la ricerca in Rete, attraverso servizi di relazione sociale interpersonale e aziendale quali quelli del Web 2.0 e 3.0, Facebook e

Twitter, YouTube e Flickr, per citare le piattaforme di *social networking* più note. È, insomma, la nuova società virtuale da comprendere e sviluppare: dall'*e-commerce* all'*e-business*, dall'*e-banking* all'*e-learning*, dall'*e-health* all'*e-government*, dall'*e-gambling* all'*e-heritage*.

Capire e orientarsi in questa nuova realtà è una prospettiva ambiziosa. È, con intenti più modesti, la convinzione che è stata alla base del mio insegnamento che concentra l'interdisciplinarietà nell'apporto delle scienze del linguaggio (linguistica cognitiva, sociolinguistica, linguistica del testo, pragmatolinguistica, retorica e semiotica per citare l'ampio ventaglio di orizzonti teorici) in direzione dello sviluppo di prodotti e servizi informatici per l'interazione digitale in Rete. La stessa prospettiva ha orientato me, i colleghi del Centro di Ricerca e Sviluppo sull'E-Content dell'Università di Roma "Tor Vergata", cui si ricollega il presente volume, e i fedeli e storici amici di ricerca e sviluppo a proporre un percorso specialistico innovativo in "Comunicazione digitale e comunicazione in Rete", titolo del Master in corso all'Università di Tor Vergata, alla sua seconda edizione.

Il testo che presentiamo rispecchia, infatti, l'impianto del Master che intende servire come supporto allo studio in questione. Ai quattro assi del Master corrispondono i quattro capitoli nei quali si articola il volume.

Nel primo capitolo a impianto giuridico e normativo, figurano alcune delle problematiche connesse al tema del commercio elettronico e della concorrenza.

Nel secondo si introducono temi e nozioni di comunicazione digitale e si offrono soluzioni metodologiche in ordine alla modellizzazione e alla progettazione in Internet: dal *design* interdisciplinare alla progettazione centrata sull'uso e sull'utente, dalla teorie alle tecniche di accessibilità e usabilità dei siti, dalla TV digitale ai nuovi servizi connessi.

Nel terzo capitolo si affronta un tipo diverso di progettazione e modellizzazione che abbiamo denominato "scrittura per la Rete": testualità e leggibilità digitale, testi e generi elettronici in Internet, *labelling* di menù e aree, semiotica dell'interfaccia grafica, nuova editoria online.

Nel quarto capitolo, infine, la parola ritorna all'informatica con riflessioni e applicazioni relate alle ontologie, descrittori di conoscenza per sviluppare programmi-*software* pregiati e alle *utility/tool* informa-

tici offerti dai CMS, sistemi di gestione del contenuto usati diffusamente nello sviluppo informatico.

Abbiamo, infine, ritenuto di offrire alcuni spunti, percorsi di lavoro, di approfondimento e di applicazione che corrispondono ad alcuni dei laboratori attivati nel Master.

La visione che si propone è sicuramente parziale ma l'orientamento progettuale è condiviso: avvicinarsi a una *Internet science* che configuri nuove modalità d'analisi e nuove competenze interdisciplinari non solo o non tanto di tipo accademico ma anche di tipo professionale.

La strada in questa prospettiva è solo avviata e le mille manchevolezze sono da imputare alla complessità della tessitura che lascia solo trasparire la filigrana concettuale interdisciplinare evocata dalla nozione di comunicazione digitale.

Roma, 20 aprile 2012