



## ECONOMIA DELLA COMUNICAZIONE

SALVATORE SICA

*Economia della comunicazione* (Roma, 2010) è il volume di Gennaro Sangiuliano che affronta in una nuova prospettiva il delicato, ma decisivo ed inevitabile incrocio tra i fenomeni della comunicazione e le implicazioni socio-economiche e giuridiche che essi comportano o dalle quali sono condizionati. D'altro canto, la personalità dell'autore, giurista ma anche giornalista di rilievo nazionale (è vicedirettore del TG1 e responsabile dell'informazione economica della testata), naturalmente conduce ad una lettura della comunicazione in termini interdisciplinari, del resto l'unica possibile e credibile. E' ormai dato acquisito, infatti, che le regole dell'informazione e della comunicazione possono essere comprese esclusivamente a partire dalla "sostanza" fisica e tecnologica delle situazioni considerate, passando per le ricadute sociali in senso ampio delle stesse, ma con l'occhio costantemente rivolto al sostrato economico che muove un'opzione piuttosto che un'altra. Gli esempi sarebbero innumerevoli: basti pensare al difficile tema della responsabilità del *provider* per i contenuti immessi attraverso di esso nelle rete; è giusto il principio della tendenziale irresponsabilità, secondo l'impostazione della direttiva europea 2000/31 e del DMCA statunitense, oppure hanno ragione alcune corti (su tutte il tribunale di Milano con le recente pronunzia sul caso *Google/Vividown*) che tentano di (ri)proporre uno schema di responsabilità dei gestori della rete su base quasi oggettiva? E' ovvio che la risposta non è indifferente - ed anzi ne è subordinata - a profili di carattere politico ed ancora una volta sociali ed economici.

Di qui l'importanza dell'approccio del volume di Sangiuliano, pregevole per il modello metodologico oltreché per i contenuti. L'Autore, del resto, prende l'avvio dall'introduzione dedicata allo scenario globale della comunicazione nelle sue interrelazioni con l'economia dei *new media*; in questa parte l'Autore ha il grande merito di centrare con lucidità il rapporto tra economia e comunicazione, secondo una pregevole logica ben distante dalla ormai vetusta disputa tra *new* ed *old economy*. Fa sorridere, invero, l'interrogativo sulla reale consistenza della *Information and Communication Technology*, proposto da coloro che evidentemente non hanno compreso ancora che la comunicazione *serve* l'economia, ma che essa stessa è economia, secondo una prospettiva ormai ineluttabile e soprattutto irreversibile.

Ecco l'utilità, dunque, di una visione sistematica dei temi in questione, come si propone l'Autore con il libro in esame, che significativamente si snoda attraverso i macroargomenti dell'economia della conoscenza, dei *new media*, del *digital divide*, della *new economy*, dell'*e-government* per approdare infine al paradigma delle problematiche in oggetto, la tutela della proprietà intellettuale nell'economia della comunicazione.

Per ciascuno degli ambiti citati, Sangiuliano riesce ad intrecciare il profilo normativo con l'evoluzione tecnologica ed i riflessi economici e sociali. Gli aspetti giuridici, con sensibilità da comparatista, vengono direttamente trattati in riferimento alle



fonti europee e sovranazionali: vana sarebbe la speranza di una delimitazione “nazionale” di discipline ad inevitabile vocazione sovra e transnazionale. Di particolare interesse è poi il richiamo di alcune emblematiche decisioni giurisprudenziali, opportunamente selezionate argomento per argomento (per esempio il caso *Corporación Dermoestetica* quanto alla libera circolazione dei lavoratori nell’Unione Europea): proprio lo studio del diritto comparato ha palesato la necessità di ricercare le “fonti” delle regole nel trittico “dottrina – legge - giurisprudenza”, ed una simile impostazione è ancor più preziosa se applicata al diritto della *ICT*.

Ma l’Autore è altresì particolarmente attento a cogliere le inevitabili novità della economia della comunicazione, sintetizzabili nella dematerializzazione della proprietà e nella formula, sulla quale il volume si sofferma, dell’industria dell’idea. In questo senso, se la comunicazione è economia e la tecnologia moltiplica le *opportunities* (si pensi ai *new media* ed alla logica che ha ispirato in Italia la c.d. “Riforma Gasparri”), ancor più delicato, se non imbarazzante è il tema del *digital divide*, all’origine di un potenziale *digital apartheid*, per cui paradossalmente la rete unisce ed essa stessa divide, avvicina ed al contempo allontana, riduce le vecchie differenze e ne crea di nuove. Belle, dunque, le pagine del volume dedicate, sinotticamente e comparativamente alle misure in argomento, rispettivamente di Stati Uniti, Unione Europea ed ONU.

Del pari, nella logica dei *media* come opportunità, vengono affrontati gli aspetti concernenti *l’e-government*, con riguardo alla firma digitale, al fisco telematico ed alla carta d’identità elettronica.

L’ultimo capitolo si occupa della tutela della proprietà intellettuale, che costituisce forse la sfida, culturale ed economica, quindi giuridica più difficile dell’*ICT*: Sanguiliano traccia un quadro completo dei riferimenti normativi interni ed internazionali, ma probabilmente non coglie appieno la provocazione sottesa all’argomento, che, infatti, conduce dritto al dilemma tra *freedom of speech* e *property*: potrebbe essere l’apporto di un futuro libro, auspicabilmente intrigante, completo e stimolante quale quello qui preso in considerazione.