



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA
DIPARTIMENTO DI DIRITTO PUBBLICO, INTERNAZIONALE E COMUNITARIO

Corso di Laurea in Diritto e Tecnologia
Anno Accademico 2023/2024

LEGAL DESIGN E DIRITTO D'AUTORE:
UN NUOVO MODELLO CONTRATTUALE

Relatore
Prof. Paolo Moro

Candidato
Elaia Zaniolo
Matr. 2045912

A Beatriz e Daniele,
Per sempre mia Stella Polare

SOMMARIO

<i>SOMMARIO</i>	5
<i>INTRODUZIONE</i>	7
<i>CAPITOLO I</i>	9
<i>INTRODUZIONE AL LEGAL DESIGN</i>	9
I.I. Definizione e contesto	9
I.II. Attitudini, obiettivi e approcci	12
I.III. <i>Design method</i> : il processo di creazione di un prodotto o servizio legale	17
I.IV. Campi di applicazione, benefici e sfide	21
<i>CAPITOLO II</i>	29
<i>IL DIRITTO D’AUTORE E LA CONTRATTUALISTICA</i>	29
II.I. La fattispecie di riferimento: il diritto d’autore nel contesto digitale.....	29
II.II. L’istituto giuridico del <i>copyright</i>	32
II.III. Il concetto di consenso	34
II.IV. Tipologie contrattuali e problematiche	35
II.IV.I. Le licenze d’uso	36
II.IV.II. Digital Rights Management.....	37
II.IV.III. Problematiche e soluzioni	38
<i>CAPITOLO III</i>	40
<i>UN NUOVO MODELLO CONTRATTUALE</i>	40
III.I. Analisi di un caso pratico.....	40
III.II. La stesura di un documento “semplice”	46
III.II.I. Comprensione del destinatario, creazione di una bozza e complicazioni.....	46
III.II.II. Il prototipo: spiegazione e procedura	47
III.II.III. Il contratto semplificato all’interno di un <i>sito web</i>	57
<i>CONCLUSIONI</i>	60

<i>Appendice delle figure</i>	62
<i>Bibliografia</i>	64

INTRODUZIONE

Nella scena legale degli ultimi decenni è comparsa una nuova modalità di predisposizione dei testi giuridici, il *legal design*. Questo approccio si inserisce nel più grande filone del *design-thinking*, un metodo di ragionamento che si pone l'obiettivo di affrontare e risolvere compiti sfidanti attraverso il pensiero creativo.

Una delle molteplici innovazioni che tale movimento sta mettendo in atto è il rendere accessibili i complessi testi giuridici che caratterizzano da sempre il sistema legale. Attraverso l'uso di caratteri, immagini ed icone e strategie semplici di comunicazione si vuole cambiare la percezione collettiva del fatto che la giurisprudenza può solo essere conoscibile da pochi.

Nel campo del diritto d'autore, ancora oggi è assente un modo comune di formattare i contratti di cessione e/o licenza d'immagine così da poter tutelare al meglio gli interessati, spesso inconsapevoli delle vere obbligazioni a cui stanno asserendo. Il *legal design* può inserirsi in questo problema semplificando le disposizioni contrattuali in tutela di chi non ha una buona conoscenza legale. A tal proposito, si propongono alcune idee, anche grafiche, di un nuovo modello contrattuale.

CAPITOLO I

INTRODUZIONE AL LEGAL DESIGN

I.1. Definizione e contesto

Una nuova modalità di predisposizione dei testi giuridici, il *legal design*¹ si è fatta strada all'interno del settore della giurisprudenza. Questo approccio si inserisce nel più grande filone del *design-thinking*, un metodo di ragionamento che si pone l'obiettivo di affrontare e risolvere compiti sfidanti attraverso il pensiero creativo. La prima edizione di "Design-thinking"² del 1987, libro presto diventato *best-seller* per l'innovativa visione, introdusse per la prima volta l'utilizzo del *design* nella progettazione architettonica e urbana. Molto più tardi, durante il secondo decennio degli anni 2000, lo stesso ragionamento venne trasposto anche alla giurisprudenza.

Uno dei principali punti di riferimento in merito a questa disciplina è Margaret Hagan³ che, lavorando presso la *Stanford Law School*⁴ allo sviluppo di *Legal Design Lab*⁵, ha posto chiarezza in merito ai principi e fini di questa disciplina.

In poche parole, si può definire il *legal design* come una disciplina che si pone l'obiettivo di rendere comprensibili i testi giuridici. Si tratta "dell'applicazione del *human-centered design* al mondo

¹ È possibile tradurlo con "disegno legale", ricordando l'ampia accezione di entrambi i termini.

² ROWE, PG., *Design Thinking*. MIT Press; 1987.

³ Avvocato e designer presso la Stanford University, nonché direttore esecutivo del Legal Design Lab alla Stanford Law School.

⁴ Scuola di specializzazione fondata 1883 con sede presso la Stanford University in California (USA).

⁵ Team interdisciplinare della Stanford Law School & d.school fondato nel 2013 che lavora su come si intersecano lo *human-centered design*, l'informatica e la legge per costruire una nuova generazione di prodotti e servizi legali. Il sito web dedicato: HAAPIO, H. / ROSSI, A. / LEGAL DESIGN LAB TEAM (Università di Stanford), 2016-2022, <https://www.legaltechdesign.com/>.

legale, con lo scopo di rendere i sistemi giuridici più adatti per le persone, facili da utilizzare e soddisfacenti”⁶.

Al giorno d’oggi ciò è sempre più urgente per venire incontro ad esigenze di tipo sociale ed economico; la maggioranza di chi usufruisce di tali prodotti, infatti, non ha esperienza né conoscenze solide in questo settore. Rendere semplice la recezione un testo giuridico, in qualunque campo di applicazione, comporta benefici economici e solleva la fiducia che si sta perdendo nel sistema legale odierno. La principale critica che viene mossa dai sostenitori del *legal design* a questi documenti è quella di redigere testi cosiddetti “*wall of text*”⁷, ossia dei lunghi blocchi di parole con chilometriche frasi prive di alcun tipo di formattazione. In assenza di termini evidenziati, paragrafi o spazi si rischia di spaventare il lettore e di renderlo riluttante alla lettura, e alla successiva comprensione, di ciò che si vuole veicolare.

Questo metodo combina al suo interno più settori, i quali spaziano da quello legale, al *design* e all’informatica; è una materia “frutto della combinazione di più saperi, che consente, grazie all’uso di determinati strumenti e tecniche, di progettare prodotti di contenuto giuridico perché siano, al contempo, precisi sotto il profilo tecnico-giuridico e comprensibili, efficaci e immediatamente fruibili sotto il profilo comunicativo”⁸. In senso orizzontale rapporta tra loro rami diversi, andando ad incontrare quelle che sono le esigenze odierne di avvocati e giuristi in generale. Infatti, si richiede sempre più ai professionisti del campo legale di ampliare il loro “raggio di azione”, andandosi a rapportare con campi nei quali essi possiedono poche

⁶ Traduzione frutto della libera interpretazione dell’autrice di questo documento, l’originale inglese: HAGAN, M., 2021, <https://lawbydesign.co/legal-design/#what-is>.

⁷ Tradotto in modo letterale in “muro di parole”.

⁸ DE MURO, B. / IMPERIALE, M., *Legal design*, I ed., Milano, 2021.

competenze, utili invece alla redazione di un documento efficace dal punto di vista comunicativo e contenutistico.

Come asserisce Hagan “noi avvocati dobbiamo imparare a lavorare in gruppi di esperti interdisciplinari. Gli avvocati e gli altri professionisti legali possono essere molto esperti circa il contenuto del diritto, ma ciò non significa che essi siano le persone giuste per elaborare l’intervento capace di affrontare il problema o per guidare il progetto per attuare questo intervento. Piuttosto, gli avvocati devono cercare altri tipi di esperti, che hanno le competenze per affrontare adeguatamente il problema e tracciare il percorso verso la risoluzione”. Si “deve cedere una parte [...] del processo decisionale di progettazione a designer professionisti, programmatori di computer, neuropsicologi, economisti, educatori, psicologi, esperti di interazione uomo-computer e altri specialisti che hanno maggiore familiarità con la progettazione di prodotti e servizi”⁹.

Sotto il punto di vista del termine *design*, occorre specificare l’accezione ampia che tale ramo comprende in questo caso, in quanto non si parla solamente della parte prettamente grafica, bensì “disegno” è da intendersi come l’attività di progettare e ideare da zero nuove soluzioni. Non riguarda la semplice traduzione un testo di natura legale in immagini o grafiche, ma di utilizzare tali a proprio vantaggio migliorando la struttura logica del testo che si vuole veicolare. Accompagnare il contenuto giuridico attraverso schemi esplicativi o disegni deve essere fatto tenendo in mente anche altri valori e concetti perché sia realmente efficace. Il *legal design* “richiede un duplice sforzo: quello di rendere accessibili i contenuti giuridici esistenti, attraverso l’uso di immagini e altri strumenti grafici e quello di operare

⁹ HAGAN, M., 2021, reperibile al link: <https://lawbydesign.co/legal-design/#what-is>, traduzione frutto della libera interpretazione dell’autrice di questo documento.

un'essenzializzazione della stessa struttura giuridica dell'informazione da comunicare”¹⁰.

I.II. Attitudini, obiettivi e approcci

In quanto di recentissima creazione, non sono ancora ben definiti i canoni e i criteri che permettono di sviluppare al meglio un testo che segua la visione del *legal design*. La bibliografia è al momento poco sviluppata, e la giurisprudenza tutt'ora pecca di applicazione di tale tecnica; tuttavia, è un settore in crescente sviluppo che troverà sempre più sostegno sia nei laboratori di sperimentazione, che in contesti più ufficiali. In sintesi, si può affermare che le tre parole chiave che spingono l'intero movimento siano gli aggettivi “*usable*”, “*useful*” e “*engaging*”¹¹, tutti rivolti all'esperienza del consumatore finale.

Di utile aiuto è il Legal Design Manifesto¹², pubblicato nel 2018, il quale espone i principi cardine della nuova disciplina tramite una grafica intuitiva e semplice da leggere. Come esplicitato nel *sito web*, “il Manifesto si pone l'obiettivo di migliorare la comprensione del *Legal Design* e la promozione del suo uso. [...] Può aiutare alla creazione di documenti, servizi e sistemi funzionali, inclusivi e trasparenti. [...] Richiede un cambio nel paradigma utilizzato dagli avvocati nelle loro attitudini, obiettivi e approcci. Necessita inoltre di una comunità interdisciplinare [...] che possa portare nuovi punti di vista e strumenti nella miglioramento della legge”¹³. Vengono in seguito esposti tramite

¹⁰ SANTOSUOSSO, A. / AZZINI, S., Legal design e contratto: un nuovo sviluppo o un'alternativa? I Contratti, 1 luglio 2022, n. 4, p. 465.

¹¹ “utilizzabile”, “utile” e “coinvolgente”.

¹² Il Legal Design Manifesto è reperibile al sito della Legal Design Alliance: DUCATO, R. / HAAPIO, H. / HAGAN, M. / PALMIRANI, M. / PASSERA, S. / ROSSI, A., 2018, <https://www.legaldesignalliance.org/>.

¹³ DUCATO, R. / HAAPIO, H. / HAGAN, M. / PALMIRANI, M. / PASSERA, S. / ROSSI, A., 2018, <https://www.legaldesignalliance.org/>, traduzione frutto della libera interpretazione dell'autrice di questo documento.

grafiche accattivanti e di semplice lettura tre sezioni di esemplificazione, le attitudini, gli obiettivi e gli approcci.

La prima parte descrive uno dei punti centrali della disciplina, l'essere *human-centered*¹⁴, ossia tenere a mente il cliente finale durante tutto il processo creativo e di redazione del documento, basandosi sui suoi bisogni e abilità, anziché solamente sulle necessità di avvocati e della giurisprudenza in generale. Di tale modo si può confezionare un prodotto che è immediato e *user-friendly*¹⁵ dal punto di vista sia della presentazione visiva, che di come si stabiliscono i processi e le *policies* che hanno come ultimo scopo quello di essere recepite nel migliore dei modi dal cliente finale, il quale, nella maggior parte dei casi, non è un esperto legale né possiede conoscenze in materia.

Successivamente, porta in campo la “proattività”, in quanto al posto di risolvere le conseguenze di un fallimento *ex post*, si vuole puntare sin da subito agli obiettivi voluti. A tal proposito si accosta anche la “prevenzione” in un’ottica di prevenire i problemi anziché cercare di mitigare i conflitti che sorgono da documenti redatti male. Questa metodologia permette di fornire “consapevolezza” a chi non è a conoscenza dei propri diritti, responsabilità, obblighi e divieti, evitando di esporre norme prescrittive poco assimilabili.

Un testo “efficace” fa sì che le persone le capiscano in modo facile, evitando un superfluo dispendio di tempo, denaro, impegno o competenza. “L’interdisciplinarietà” di cui si è parlato anche precedentemente permette di stabilire un linguaggio comune affinché si possa collaborare tra le varie discipline e incorporare più prospettive possibili nel progetto definitivo.

¹⁴ Letteralmente “centrato sull’umano”.

¹⁵ Si riferisce a un prodotto o servizio progettato per essere facile da usare anche da chi non possiede competenze sia informatiche, che di altri campi applicativi.

L'obiettivo principale è quello di veicolare un messaggio di contenuto legale e di costruirlo tramite il “*learning by doing*¹⁶”, che permette di apprendere le competenze direttamente dall'esperienza. In ogni caso, nonostante il recentissimo conio, questa metodologia basa le sue ricerche su solidi regimi scientifici e teorici, dandosi comunque una prassi forte e accreditata.

Infine, gli autori del *Manifesto* incoraggiano l'*open access* e *open data*¹⁷, raccomandando a chi fa ricerca di rendere disponibili le proprie scoperte affinché possano essere controllate, validate, e soprattutto replicate, così da rendere semplice la definizione di linee guida.

Riguardo gli scopi del *legal design*, si elencano il raggiungimento di una soluzione *win-win*¹⁸ per tutti gli attori, dai creatori ai fruitori, così da raggiungere un risultato che soddisfi tutti, al posto di avere relazioni sbilanciate tra le parti, come odiernamente può accadere tra venditore e consumatore, o tra avvocato e cliente. La ricerca di “chiarezza” del testo si pone l'obiettivo di cercare il significato intrinseco delle conseguenze di un certo tipo di comunicazione.

A tal proposito si ribadisce come si punti “all'applicabilità” di concetti legali, dritti e norme nel quotidiano così da estirpare questi concetti da ambienti e contesti solamente ufficiali e troppo formali.

Obiettivo è rafforzare la “fiducia” nelle comunicazioni, nonché assicurarsi che vi sia “certezza” nella comprensione del

¹⁶ Tradotto “imparare facendo”.

¹⁷ Due parti della *Open Science*, concetto rivoluzionario che si pone l'obiettivo di aprire l'intero processo della ricerca e mettere a disposizione di tutti ogni passo, dai testi ai dati al software agli interi protocolli.

¹⁸ Chiamata anche strategia del vincere insieme, è una modalità di pensiero e azione che permette di costruire un legame sincero tra i membri di un gruppo per prendere le migliori decisioni possibili.

documento, così da permettere di evitare interpretazioni errate e incomprensioni anche nel lungo periodo.

Come ultimo punto, le scrittrici definiscono la disciplina del “metodo scientifico”, su cui si poggiano in quanto i loro interventi e parametri di misura si basano sull’evidenza, sono validati e hanno generazione proprio nella tecnica della scienza.

La terza sezione, quella degli approcci, spiega le metodologie che animano la ricerca e la stesura di documenti che seguono il *legal design*. Il *focus* della ricerca sono le necessità reali e i problemi di chi fruisce di un servizio legale, per questo la tecnica è denominata “*problem based*”¹⁹, utilizza le difficoltà come punto di partenza per superare le barriere disciplinari e le differenze. Inoltre, questa tecnica integra differenti approcci di visioni giuridiche, teorie e principi a seconda della questione²⁰.

La “comunicazione” è il mezzo ed il fine principale, riguarda il confezionamento di informazioni e interazioni con un *design* intenzionale ed efficace. I mezzi comunicativi sono numerosi e possono variare in base al campo di applicazione a cui si vuole mirare, in quanto una buona ricezione del proprio *target* permette di ampliare la conoscenza della legge. Difatti, le autrici sostengono che usare un pensiero “visuale” assicura che vi sia un livello di comprensione che solo tramite delle parole non sarebbe possibile ottenere.

Si è d’accordo sul fatto che sia necessario “semplificare” le interfacce, i servizi e le esperienze con cui gli *users* interagiscono, e creare agevoli soluzioni che rimpiazzino le complesse e ridondanti usanze della giurisprudenza precessa. Per fare ciò, si fa ricorso a “prototipi” che vengono sviluppati attraverso veloci sessioni di iterazioni e sperimentazioni per implementarli, invece

¹⁹ “Basato sul problema”, viene utilizzata l’analisi di un dato problema come scenario di partenza per lo sviluppo del risultato voluto.

²⁰ Detto anche approccio *domain-oriented*.

che stabilire il progetto finito sin dal primo giorno. La “valutazione empirica” permette di misurare l’impatto del prodotto corrente e di correggerlo grazie agli esperti e le terze parti che interagiscono tra loro.

La creazione di testi legali e il confronto tra autori viene eseguito nell’ottica di rendere i prodotti replicabili, sistematici ed estensibili, così da creare un’uniformità che dia chiarezza alla confusionale moltitudine di modalità di redazione che esiste al momento; questo può avvenire stabilendo “*standards*” e “*patterns*” che possono essere inseriti in librerie consultabili liberamente.

Infine, si è sempre più orientati al “*web semantico*²¹”, ossia si vogliono implementare modalità che siano supportate da applicazioni digitali e da dispositivi con più canali di trasmissione.

²¹ Insieme dei servizi e delle strutture digitali che consentono di interpretare e rendere interrogabili i contenuti presenti nel web tramite motori di ricerca e sistemi di elaborazione automatica.

I.III. *Design method*: il processo di creazione di un prodotto o servizio legale

Come ogni disciplina dedicata alla progettazione, il *legal design* si avvale anch'esso del "*design method*"²². In generale, le metodologie di ricerca possono essere differenti in termini di grandezza, qualità e quantità, se apportate a progetti più ridotti o di validità nazionale o internazionale. Ci si avvale di "*focus groups*"²³, sondaggi, ricerche, *workshops* di *design*, e analisi statistiche"²⁴ per capire meglio quale sia il campo d'azione e le necessità che hanno gli utenti. Al contempo, "si ha anche l'obiettivo di generare e controllare idee promettenti per nuovi interventi, con *design jams*"²⁵, *hackathons*"²⁶, test sul campo, test in laboratorio, e studi di osservazione pre piloti e piloti"²⁷. Dopo il processo di creazione e ideazione, comunque, ci si prefigge sempre la valutazione da parte dei ricercatori "dei risultati di questi nuovi interventi, con *trials*"²⁸ causali e controllati e valutazioni sulla giustizia procedurale, usabilità, e *user experience*"²⁹.

Prima di mettere in moto la progettazione, è necessario tenere a mente che l'obiettivo finale non è solamente quello di semplificare la fattispecie a cui si sta lavorando, ma di creare un modello definibile come *standard*, il quale possa essere utilizzato

²² "Metodo di progettazione", strumenti e fasi che un professionista utilizza durante la creazione di un prodotto o servizio di design.

²³ Strumento di analisi qualitativa che permette la raccolta di informazioni tramite colloqui di gruppo.

²⁴ DUCATO, R. / HAAPIO, H. / HAGAN, M. / PALMIRANI, M. / PASSERA, S. / ROSSI, A., 2018, <https://www.legaldesignalliance.org/>, traduzione frutto della libera interpretazione dell'autrice di questo documento.

²⁵ Attività di brainstorming atta alla generazione di soluzioni tramite un ambiente interattivo.

²⁶ Eventi i cui partecipanti sono esperti del settore informatico.

²⁷ Vedi nota 24.

²⁸ Tradotto "prove".

²⁹ Esperienza dell'utente, fattore utilizzato nella valutazione di un prodotto o servizio.

da chi avrà necessità di risolvere lo stesso problema in futuro. Infatti, ciò di cui vi è carenza oggi è di una omologazione nei documenti e contratti giuridici che possa fare chiarezza nella “giungla” legale. A tal proposito, alcune studiose della materia hanno iniziato a sviluppare delle banche dati che sono, oltre che liberamente consultabili *online*, anche passibili di modifica e di nuove aggiunte. Questa “Privacy Design Pattern library³⁰”, firmata dal Team di Design Lab della Università di Stanford, cerca di mettere ordine in questo campo, seppur sia ancora in via di sviluppo. Essa racchiude al suo interno tre principali categorie di “*patterns*”, la “*privacy design*”, la contrattualistica e l’informazione agli interessati dei diritti loro spettanti.

Nonostante sia vi sia un abbozzo di linea guida grazie a questi esempi pregressi, non vi è ancora abbastanza materiale per poter risolvere tutte le problematiche che si presentano ai professionisti legali. A tal proposito, subentrano le fasi principali del *design method*, che si trasforma in *legal design method* in quanto volto a sviluppare un prodotto o servizio di tipo giuridico; tali *step* possono variare, ma in generale seguono sempre la stessa struttura di pensiero.

Innanzitutto, vi è il momento in cui si comprendono i fruitori finali del nuovo documento; questa parte è fondamentale in quanto si rispetta uno dei principi cardine, ossia l’essere *human centered* prima di qualsiasi altra cosa. Tenendo a mente ciò, si empatizza con gli *users*, conducendo una ricerca per poterli capire e per cogliere le necessità e le difficoltà in cui incorrono. Eseguito ciò, si combinano tutte le ricerche e si comprende dove risiedano le problematiche da risolvere. Durante questa fase è comunque

³⁰ HAAPIO, H. / ROSSI, A. / LEGAL DESIGN LAB TEAM (Università di Stanford), 2016-2022, reperibile al link: <https://legaltechdesign.com/communication-design/privacy-design-pattern-library/>.

necessario portare in campo l'analisi legale e i concetti della giurisprudenza per poter già indirizzare al meglio il progetto.

Successivamente inizia la parte dell'esplorazione, in cui si portano in vita idee senza curarsi della loro troppa inventiva; in questo momento tutta la creatività e l'azzardo che il mondo del *design* insegna vengono portati in campo. A tal punto, arriva il momento di sviluppare un prototipo materiale, una rappresentazione veritiera e concreta di tutte le idee raccolte. La realizzazione di ciò non è mai unidirezionale, bensì evolve grazie all'apporto di nuove opzioni che modificano a lungo andare il progetto finale.

Arrivati ad un prodotto soddisfacente, si inizia il terzo grande momento del processo, ossia la materializzazione dell'oggetto e la sua presentazione agli ultimi destinatari. Dopo aver stabilito un campo più o meno ristretto di utenti a cui esporlo, lo si testa raccogliendo un *feedback*³¹ utile per capire come potenziarlo al meglio. Tramite l'implementazione del prodotto, è possibile raggiungere la migliore forma di risoluzione al problema iniziale; queste prove spesso richiedono anni di lavoro, soprattutto per la messa in accordo di tutte le parti prese in causa. Infatti, nel campo della giurisprudenza non è solo il cliente finale ad avere voce in capitolo, bensì subentrano delicate questioni dal punto di vista dell'interpretazione legale del documento. Infatti, è solo l'Alta giurisprudenza che può dare conferma dell'effettiva validità o entrata in vigore di un nuovo prodotto o servizio giuridico.

³¹ Tradotto "riscontro".

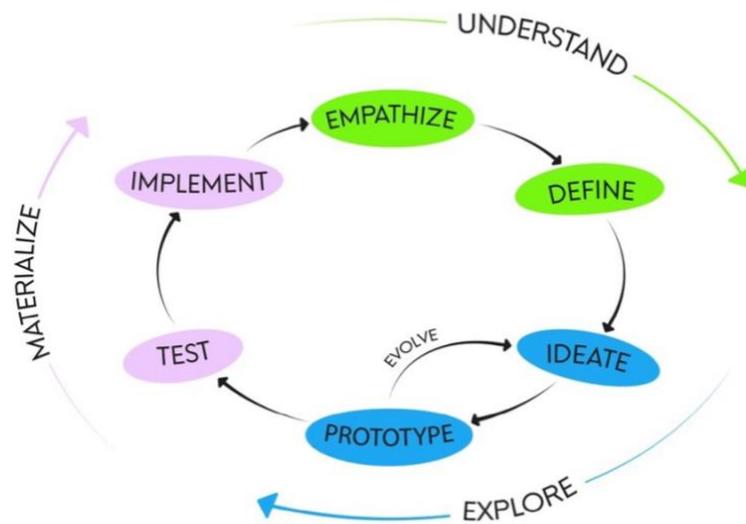


Figura 1. Grafico sulle fasi del design method, opera dell'autrice del testo

È evidente come questo processo non sia unidirezionale, bensì si muova in senso circolare, con un ritorno alla prima fase di “comprensione” qualora il progetto finale non sia sufficientemente idoneo. Proprio “questa circolarità è quello che viene chiamato design thinking, secondo il quale le fasi di analisi/progettazione e quelle di attuazione sperimentale sono contemporanee e sviluppate insieme agli attori del processo e ai destinatari: il progetto si affina nella sua attuazione e comincia da subito a produrre trasformazione nei processi ed effetti pratici”³².

³² SANTOSUOSSO, A. / AZZINI, S. Legal design e contratto: un nuovo sviluppo o un’alternativa? I Contratti, 1 luglio 2022, n. 4, p. 465.

I.IV. Campi di applicazione, benefici e sfide

Dacché al giorno d’oggi si è iniziato ad approcciarsi al *legal design* anche in modo pratico, è possibile fare una disamina delle applicazioni in cui ha apportato il suo contributo.

Il caso maggiormente conosciuto, anche da un pubblico con minore conoscenza della giurisprudenza, è quello della progettazione di nuove informative *privacy* a favore della tutela dei diritti degli interessati. Tramite ciò, si vuole fornire una presa di coscienza collettiva sull’importanza della conoscenza di come i propri dati personali vengono trattati, materia che già venne approfonditamente disciplinata con l’entrata in vigore del GDPR³³ nel 2018. Sebbene vi sia chiarezza sulla normativa, negli ultimi anni è sorta la consapevolezza che i documenti sottoposti all’utente finale non siano atti a svolgere il loro ruolo nei migliori dei modi. Queste modalità di raccolta del consenso peccano nell’essere chiare e immediate da capire, in quanto vengono confezionate tramite finestre con “caselle” da spuntare prima di accedere ad un *sito web*, invogliando l’utente ad accettarle senza leggerle. Qualora poi si voglia prendere visione dell’informativa, si incorre in un “*wall of text*” che scoraggia del tutto il lettore; uno studio³⁴ stima che per la lettura di tutte le *privacy policies* in cui un normale utente del *web* incorre durante l’anno ci vorrebbe circa una settimana lavorativa al mese.

A tal proposito, il Regolamento europeo in materia di dati personali venne promosso dal Garante³⁵ italiano nel 2021 tramite

³³ Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati n.679 del 2016 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati.

³⁴ Studio di di NordVPN, azienda specializzata in cybersecurity. Ripreso da articolo: DI FAZIO, M., Quanto tempo ci vorrebbe a leggere tutte le informative privacy dei siti che visitiamo?, L’Espresso, 12 dicembre 2023.

³⁵ Garante per la protezione dei dati personali.

il *contest* “Informativa Chiare”³⁶, nel quale era possibile partecipare inoltrando delle icone progettate con lo scopo di rendere le *privacy policies* più intuitive. Le lunghe frasi vennero così sostituite da pittogrammi semplici, mettendo a disposizione di tutti nel sito *web*³⁷ del Garante quelli prescelti; rendendoli facilmente reperibili, si volle aumentare la consapevolezza e l’uso di questi nuovi mezzi di comunicazione per progettare i documenti legali.

In aggiunta, il *legal design* è utile alla semplificazione di contratti che vengono presentati al pubblico e alla clientela, come ad esempio gli *smart contracts*³⁸. Essi sono “un programma per elaboratore che opera su tecnologie basate su registri distribuiti e la cui esecuzione vincola automaticamente due o più parti sulla base di effetti predefiniti dalle stesse”: nel caso di specie, il ricorso a un software per la modellazione consentirebbe poi con più facilità di concludere un contratto computabile³⁹. “In questa sfida giocherà un ruolo chiave il *legal design*, che potrà aiutare il dialogo tra giurista, informatico e ingegnere”⁴⁰ e ciò attraverso una visualizzazione del procedimento giuridico, ovvero sostituendo alle parole le icone così da rendere più chiari i passaggi, anche al fine di rendere chiaro l’algoritmo.

A maggior ragione nel campo degli accordi pubblici tra Stato e cittadino, che sono comunemente conosciuti per essere molto lunghi e complessi, si può aumentare l’efficacia utilizzando

³⁶ GARANTE per la protezione dei dati personali, 2021, reperibile al link: <https://www.garanteprivacy.it/temi/informativechiare>.

³⁷ Vedi nota 36.

³⁸ Codici di linguaggio informatico che vengono eseguiti in modo automatico quando vengono rispettate certe condizioni.

³⁹ PINOTTI, G., Legal design, digitalizzazione e contratti della Pubblica Amministrazione, I Contratti, 1 gennaio 2023, n. 1, p. 85.

⁴⁰ SIRGIOVANNI, B., Lo ‘smart contract’ e la tutela del consumatore: la traduzione del linguaggio naturale in linguaggio informatico attraverso il legal design, Le Nuove Leggi Civili Commentate, 1 gennaio 2023, n. 1, p. 21.

tecniche adeguate; si spazia da un semplice vincolo contrattuale, all'adozione di un provvedimento da parte di un soggetto pubblico che produce effetti giuridici in capo al privato, all'esito di un processo.

“Il *legal design* potrebbe consentire una migliore definizione del processo: può rappresentarlo visivamente in maniera completa, data anche la convivenza di linguaggi differenti, può prevedere l'utilizzo di strumenti informatici avanzati (repository condivise di immagini, documenti, file audio e video) che possano consentire una reale partecipazione; può agevolare la creazione di software gestionali condivisi, corredati da linee guida sul loro utilizzo. Possono essere predisposti manuali/video illustrativi di accompagnamento alle convenzioni, che spieghino ai futuri acquirenti le condizioni dettate dalla convenzione stessa, i diritti e gli obblighi nei quali subentrano”⁴¹.

Nelle procedure di evidenza pubblica⁴², inoltre, “la digitalizzazione [...], soprattutto se portata avanti anche attraverso il *design thinking*, potrebbe comportare un cospicuo vantaggio per gli operatori che partecipano alla gara, nonché per le Amministrazioni stesse. Come osservato da Autorità Nazionale Anticorruzione (ANAC) nel suo documento del maggio 2020, “Strategie e azioni per l'effettiva semplificazione e trasparenza nei contratti pubblici attraverso la completa digitalizzazione: le proposte dell'Autorità”, la digitalizzazione dei contratti pubblici può rivestire un ruolo centrale non solo in termini di efficienza e celerità delle procedure, ma anche di semplificazione, trasparenza e riduzione del contenzioso”⁴³.

⁴¹ PINOTTI, G., *Legal design, digitalizzazione e contratti della Pubblica Amministrazione*, I Contratti, 1 gennaio 2023, n. 1, p. 85.

⁴² Caratteristica delle procedure che l'amministrazione pubblica è tenuta a seguire al fine di giungere alla stipula di un contratto di diritto privato.

⁴³ Vedi nota 41.

Dal punto di vista pubblico, una pratica applicazione di tali principi è stata messa in atto da un progetto europeo “Access Just”, finanziato dall’Unione Europea, *Fair Trials Europe*⁴⁴ e *Hungarian Helsinki Committee*⁴⁵. Questo programma aveva l’obiettivo di ridisegnare le “*Letter of Rights*”⁴⁶ che i vari Stati Membri consegnano ai detenuti prima di essere processati; questa lettera è spesso prolissa, tecnica e troppo complicata da comprendere in una situazione così delicata. In particolare, è stato svolto un lavoro sulla Carta dei diritti del Belgio, modificandone la formattazione in favore di icone, disegni e sintetiche frasi con lo scopo di aiutare i detenuti nella più efficace e breve recezione dei diritti loro spettanti. Oggigiorno, il prototipo è in fase di *test* presso gli uffici di polizia belga e sta attraversando una delle fasi più sfidanti, ossia la legittimazione da parte dell’Alta giurisprudenza di tale documento⁴⁷.

Incorrono infatti, nella maggioranza dei documenti pubblici riprogettati dal *legal design*, dei rischi, “ad esempio, che lo strumento tecnologico, se non correttamente sviluppato, renda ancora più complessa l’articolazione di un procedimento o la correzione/comprendimento di eventuali errori, la possibilità che gli aspetti di design si riducano a mere riproduzioni di quanto già espresso in linguaggio naturale, risultando ridondanti”. Vi è inoltre l’ipotesi “in cui possa sorgere un contrasto interpretativo fra quanto espresso in linguaggio naturale e quanto espresso in un linguaggio formale, o che possa esservi una discrasia fra quanto

⁴⁴ ONG che si occupa di giustizia criminale, schierandosi per l’equità e la lealtà nei processi.

⁴⁵ Organizzazione pubblica sui diritti umani che si occupa di proteggere la dignità dell’uomo attraverso attività pubbliche e legali.

⁴⁶ Documento che spiega tutti i diritti in capo al detenuto, consegnatogli al momento del suo arresto prima dell’inizio del processo.

⁴⁷ Studio tratto da: COLS, F., *Helping those under arrest to understand their rights in criminal proceedings*, tratto dal libro di testo *Legal Design Perspectives Theoretical and Practical Insights from the Field* di Rossana Ducato e Alain Strowel, 2021, p. 277.

previsto dalla norma/fonte secondaria e quanto programmato in sede di sviluppo di un software”⁴⁸.

Al contrario, nel settore privato e nel contesto imprenditoriale minore attenzione è stata data all’uso del *legal design*. Potenzialmente parlando, “la tecnica può consentire formidabili vantaggi proprio nel mondo dell’impresa - un mondo in cui la comunicazione giuridica, principalmente nei rapporti commerciali (ancor di più in quelli transnazionali), deve essere veloce, fluida ed efficace. [...] L’utilizzo del *Legal Design* costituisce un vantaggio competitivo per l’Azienda, per un motivo *soggettivo* e per un presupposto *oggettivo*”⁴⁹. Infatti, oltre che utile nel breve periodo, in quanto facilita la lettura del testo giuridico, fornisce risultati positivi anche nel lungo periodo; “sentendosi valorizzato, il soggetto sarà più propenso ad avere un atteggiamento di fiducia nei confronti di chi propone il testo e sarà più incline a mantenere relazioni di lunga durata. Questo comporta, in sintesi, una forte diminuzione del tasso di litigiosità e quindi un decremento del contenzioso. Nel lungo periodo, insomma, il Legal Design diventa pertanto un fattore di sostenibilità per l’Azienda”⁵⁰.

È dunque questo uno dei valori che ancora sono sconosciuti dalla maggioranza dei giuristi, la sostenibilità aziendale⁵¹. Nei testi, infatti, si vuole chiarire il complesso linguaggio “*legalese*”⁵², migliorando la parte etica ed efficiente di tutti i servizi, processi

⁴⁸ PINOTTI, G., Legal design, digitalizzazione e contratti della Pubblica Amministrazione, I Contratti, 1 gennaio 2023, n. 1, p. 85.

⁴⁹ CORONGIU, S., Il Legal Design per l’impresa: un fattore di sostenibilità, I Contratti, 1 novembre 2023, n. 6, p. 663.

⁵⁰ Vedi nota 49.

⁵¹ La sostenibilità aziendale si riferisce alla abilità di un’azienda di perseguire e mantenere nel tempo il proprio successo economico, sociale e ambientale, senza compromettere le risorse e gli equilibri a lungo termine.

⁵² Registro utilizzato nella scrittura legale inglese, oggi termine che denota un linguaggio complicato e poco scorrevole ai non addetti ai lavori giuridici.

e prodotti legali che l'impresa offre. Facendo ciò, si elimina l'asimmetria delle conoscenze delle informazioni tra le parti contraenti, permettendo alle imprese di contenere i costi sia sul fronte della negoziazione, che della opportunità⁵³.

Una sfaccettatura della sostenibilità è quella economica, ad una “impresa che ricorre al Legal Design - in quanto “impresa economicamente sostenibile” - ha titolo a vedersi riconosciuto il criterio premiale per l'ottenimento di finanziamenti basato su tale *Key Performance Indicator* (KPI)^{54,55}.

Nel campo delle Informative e della contrattualistica si rimarca come siano stati compiuti alcuni passi avanti nella composizione di testi intelligenti e ben strutturati che rispettano i canoni del *design* legale.

*Iubenda*⁵⁶, ad esempio, aiuta privati e aziende a creare *privacy policies*, offerte pubbliche, regolazioni del *whistleblowing*⁵⁷ ed altre fattispecie all'interno dei *siti web*, liberando l'onere al proprietario. Questa azienda opera in scala globale e si avvale sempre più di formattazioni comprensibili ed icone per la creazione dei “documenti”; inoltre, facendo ciò, apporta uniformità nella regolazione poiché crea un riferimento comune a molte aziende, anche a livello internazionale.

In merito a ciò, vi è un campo in cui non è ancora stato sviluppato un approfondito rapporto con il *legal design*, ossia il diritto d'autore. Nella contrattualistica in merito a tale materia non vi è

⁵³ *Transaction cost* e *opportunity cost*.

⁵⁴ Parametri che misurano la virtuosità di una azienda, in quanto valori numerici utilizzati per calcoli.

⁵⁵ CORONGIU, S., Il Legal Design per l'impresa: un fattore di sostenibilità, I Contratti, 1 novembre 2023, n. 6, p. 663.

⁵⁶ Azienda fondata nel 2011 che sviluppa soluzioni informatiche innovative. I servizi sono reperibili al link <https://www.iubenda.com/it>.

⁵⁷ Traducibile in “soffiare il fischietto”, si riferisce ad una persona che denuncia alle autorità, anche in segreto, attività illecite o fraudolente.

chiarezza collettiva su quali siano le vere obbligazioni a cui gli utenti asseriscono, si pensi ai comuni utenti di *Internet* coinvolti nella cessione dei loro diritti di immagine anche quotidianamente, come durante la pubblicazione di “*post*” e “*stories*”⁵⁸ nei *social media*. È dunque consono svolgere una disamina e analisi della materia.

⁵⁸ Interventi all’interno di *social media*, permanenti o meno.

CAPITOLO II

IL DIRITTO D'AUTORE E LA CONTRATTUALISTICA

II.I. La fattispecie di riferimento: il diritto d'autore nel contesto digitale

Come è ben noto, l'avvento del digitale, e in particolare di *Internet*, ha apportato innumerevoli novità e cambiamenti anche dal punto di vista giuridico; *exempli gratia*, ha rivoluzionato lo scambio di idee, testi e documenti rendendolo semplice ed immediato. “Nel diritto d'autore – e non solo – Internet rappresenta il passo forse definitivo verso la completa emancipazione del *corpus mysticum*⁵⁹ da quello *mecanicum*^{60,61}, da cui consegue un profondo mutamento nella creazione, trasmissione, e utilizzo dell'informazione e della creatività, sempre più istantanea (cd. “*on demand*”).

“Le ripercussioni che questo mutato scenario proietta sull'utilizzo delle opere sono ovviamente di notevole impatto”⁶² in quanto viene sempre meno la percezione di cosa sia riproducibile liberamente ovvero vi sia necessità di una licenza *ad hoc*.

Il quadro giuridico di riferimento al quale ci si può rivolgere si stratifica secondo un livello nazionale, comunitario ed internazionale.

Iniziando da quest'ultimo, “la Convenzione di Berna⁶³, il più antico e diffuso strumento internazionale per la protezione delle opere artistiche e letterarie, prevede sia la possibile limitazione

⁵⁹ Creazione intellettuale.

⁶⁰ Elemento materiale.

⁶¹ MARGONI, T., Eccezioni e limitazioni al diritto d'autore in Internet = Exceptions and Limitations to Copyright Law in the Internet. Trento Law and Technology Research Group. Research Papers; 9. Trento: Università degli Studi di Trento, 2012.

⁶² Vedi nota 61.

⁶³ La Convenzione di Berna per la protezione delle opere letterarie e artistiche fu adottata a Berna nel 1886.

della protezione di alcune categorie di opere”⁶⁴, come enunciato nell’articolo 2-*bis*, nonché l’esistenza di “libere utilizzazioni agli artt. 10 e 10-bis, ove si prevede la liceità della citazione di un’opera già legittimamente resa disponibile al pubblico [...] e solo nei limiti di quanto giustificato dallo scopo informativo”⁶⁵. Data l’età del documento, non furono previste fattispecie in materia digitale, per le quali è necessario rivolgersi ai trattati dell’Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale, il *WIPO Copyright Treaty* e il *WIPO Performances and Phonograms Treaty*⁶⁶, i quali hanno aggiornato la legislazione internazionale sul diritto d’autore.

Nell’ambito dell’Unione Europea varie direttive sono state emanate con lo scopo di armonizzare la questione, in particolare per le libere utilizzazioni, o eccezioni e limitazioni al diritto d’autore. La più rilevante del caso è la *Direttiva 2001/29/EC sull’armonizzazione di certi aspetti del diritto d’autore nella società dell’informazione*⁶⁷, meglio conosciuta come *Direttiva Infosoc*. In tale documento vengono elencati obiettivi tra i quali “quello di armonizzare le eccezioni e limitazioni al diritto d’autore con particolare attenzione all’ambiente elettronico”⁶⁸, lasciando alla discrezionalità degli Stati Membri la trasposizione del contenuto nel diritto interno. Scelta, quest’ultima, che ha portato al risultato opposto: la creazione di norme non omogenee tra i vari Stati Membri; fu in seguito anche pubblicata la *Direttiva Database*⁶⁹.

⁶⁴ MARGONI, T., *Eccezioni e limitazioni al diritto d'autore in Internet = Exceptions and Limitations to Copyright Law in the Internet*. Trento Law and Technology Research Group. Research Papers; 9. Trento: Università degli Studi di Trento, 2012.

⁶⁵ Vedi nota 64.

⁶⁶ Adottati a Ginevra nel 1996.

⁶⁷ Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio del 22 Maggio 2001.

⁶⁸ Vedi nota 64.

⁶⁹ Direttiva 96/9/EC del Parlamento Europeo e del Consiglio del 11 Marzo 1996 sulla *protezione legale delle banche dati*.

Tuttavia, non vi sono provvedimenti univoci per tutti gli Stati Membri in merito alla questione delle nuove problematiche che sono emerse con l'avvento dei *social media* e della reperibilità senza limiti di foto, testi e audio; vi è infatti uno scorretto uso di tali mezzi in molti casi dovuto alla poca consapevolezza degli utenti.

A livello nazionale, il riferimento è la *L. 22 aprile 1941, n. 633 sulla Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio*⁷⁰, o più brevemente Legge sul Diritto d'Autore (LDA). Dopo la dovuta armonizzazione delle direttive comunitarie, “il legislatore italiano ha optato per una trasposizione solo parziale delle opportunità offerte dal quadro comunitario in tema di eccezioni e limitazioni”⁷¹. In particolare, in merito alle questioni sulla sfera privata, la giurisprudenza⁷², si è espressa in merito all'art 91 LDA privilegiando la funzione sociale della soddisfazione del diritto di informazione.

Nulla è tuttavia univocamente chiaro in merito agli odierni mezzi di comunicazione, quale sia la disciplina applicabile, come nel caso dei profili giornalistici sulle piattaforme dei *social network*. A maggior ragione, la riproduzione di ritratti o immagini di utenti che non sono figure pubbliche o che hanno compiuto fatti degni di conoscenza pubblica non trovano una chiara delucidazione sul da farsi, come nei *profili* privati degli stessi *social*. Si complica la questione quando subentrano nuove figure che ancora non sono ben inquadrare sia dal lato economico, che giuridico, gli

⁷⁰ Pubblicata nella Gazzetta Ufficiale il 16 luglio 1941.

⁷¹ MARGONI, T., *Eccezioni e limitazioni al diritto d'autore in Internet = Exceptions and Limitations to Copyright Law in the Internet*. Trento Law and Technology Research Group. Research Papers; 9. Trento: Università degli Studi di Trento, 2012.

⁷² Cass. 15 marzo 1986, n. 1763, che conferma App. Roma, 12 luglio 1982.

*influencer*⁷³, difficili da inquadrare come “personaggi pubblici” o “utenti privati”, ai fini di stabilire la normativa a loro applicabile.

II.II. L'istituto giuridico del *copyright*

“Il *copyright* è stato originariamente partorito o giustificato come un modo di incoraggiare la produzione e la diffusione della letteratura, ma è con il tempo diventata una tendenza più generale e riduzionista. Per questo motivo, qualsiasi cosa scritta o stabilita è in qualche modo protetta, non curandosi di quanto “mondana” sia, qualsiasi sia la sua funzione o il suo scopo economico o sociale”⁷⁴. Questo istituto giuridico disciplina, dunque, una grande sfera della vita quotidiana di ogni cittadino, a maggior ragione grazie alla diffusione degli strumenti di informazione di massa e digitali; esso è “posto a tutela di chi crea un'opera dell'ingegno di carattere creativo appartenente alla letteratura, alla musica, alla scienza, alle arti figurative, all'architettura, al teatro ed alla cinematografia qualunque ne sia il modo o la forma di espressione”⁷⁵.

Internamente al nostro ordinamento giuridico, comprende l'insieme delle prerogative appartenenti all'autore che mirano a tutelare il diritto di rivendicare la paternità dell'opera ed il diritto di utilizzazione economica dell'opera, ossia i diritti patrimoniali. Inoltre, vengono regolati i diritti connessi, ossia quelli spettanti a soggetti diversi dall'autore dell'opera. La disciplina è stata inglobata dalla LDA italiana del 1941⁷⁶, ma ebbe origine come

⁷³ Si tratta di una figura con popolarità nei *social network* e molto seguito tanto da riuscire ad influire nei comportamenti e scelte di un determinato pubblico.

⁷⁴ VAVER, D. "Copyright in Legal Documents." *Osgoode Hall Law Journal*, vol. 31, no. 4, Winter 1993, pp. 661-686. HeinOnline, traduzione frutto della libera interpretazione dell'autrice di questo documento.

⁷⁵ L. SERRA, *Copyright: la guida completa*, Altalex, quotidiano giuridico, 15 giugno 2020, reperibile al link: <https://www.altalex.com/guide/copyright>.

⁷⁶ Legge sul Diritto d'Autore (LDA), pubblicata nella Gazzetta Ufficiale il 16 luglio 1941.

istituto nei paesi di *common law*⁷⁷, e differisce secondo vari aspetti da quello italiano, in quanto non trova origine nel diritto romano. Odiernamente, *copyright* e diritto d'autore vengono utilizzati come sinonimi, anche se in modo improprio, ma ciò accade inevitabilmente in un contesto internazionale in cui vi è sempre più scambio e interazione tra la legislazione di vari Paesi. “Il *copyright* di stampo anglosassone ha però un significato prettamente economico, essendo connesso all'utilizzazione di un'opera dell'ingegno e non contempla i diritti personali dell'autore [...]. Il diritto d'autore è più complesso perché mira a tutelare non solo l'attività creativa dell'autore con particolare riferimento ai suoi diritti personali legati alla rivendicazione della paternità dell'opera (c.d. diritti morali), ma anche ai diritti di utilizzazione e sfruttamento economico”⁷⁸.

La funzione principale del *copyright* è dunque quella di proteggere gli autori soprattutto per quanto riguarda le ripercussioni in campo economico della riproduzione dell'opera. Potendo rivendicare la paternità dell'opera e porre opposizione davanti a qualsiasi deformazione della tale, il creatore decide a sua discrezione l'utilizzo del prodotto, deponendone la proprietà a cambio di una somma di denaro.

La principale sfida, qualunque sia la tipologia di tutela si voglia invocare, è quella di rendere consapevoli sia gli autori, che i fruitori del corretto utilizzo delle opere d'ingegno.

⁷⁷ Modello di ordinamento giuridico di origine britannica, si contrappone ai sistemi di *civil law* che derivano invece dal diritto romano.

⁷⁸ L. SERRA, *Copyright: la guida completa*, Altalex, quotidiano giuridico, 15 giugno 2020, reperibile al link: <https://www.altalex.com/guide/copyright>.

II.III. Il concetto di consenso

In ambito civilistico, le principali fattispecie che si incrociano con il diritto d'autore richiedono un certo tipo di conferma sullo sfruttamento d'immagine da parte di terzi, i quali presentano il contratto. In tal caso è appropriato parlare di consenso dell'interessato, rimandando a una delle basi giuridiche del GDPR su cui trova fondamento ogni legittimo trattamento dei dati personali. Esso è applicabile anche qualora ad essere oggetto dello scambio contrattuale siano immagini e opere di produzione letteraria o artistica.

L'articolo 4 del Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati secondo cui il consenso deve essere libero, specifico, informato, inequivocabile, esplicito, verificabile e revocabile⁷⁹. Si ricavano di conseguenza la caratteristica essenziale che rende questa base giuridica valida ed efficace: il consenso. In mancanza di tale, il titolare del trattamento non ha possibilità di effettuare nessuna azione, salvo che ricorra a una delle basi giuridiche alternative previste all'articolo 6 del GDPR.

Negli ultimi decenni è entrato di conseguenza nel *focus* dei legislatori la volontà di garantire la più trasparente raccolta di dati; ai fini dell'integrazione di ciò con le tecniche del *legal design*, una delle caratteristiche che possono essere meglio sviluppate è il fatto che il consenso deve essere "informato", ponendo l'interessato in condizione di conoscere come avverrà il trattamento da parte del titolare⁸⁰.

La conseguenza pratica porta al fatto che il titolare è tenuto a fornire all'interessato "un'apposita informativa, in una forma

⁷⁹ L. CAIRO / V. OMARCHI / V. CATONI / G. VALSECCHI, Consenso (Artt. 4; 6-9), GDPR > Principi applicabili al trattamento dei dati personali (artt. 5-10), Wolters Kluwer.

⁸⁰ Vedi nota 79.

(scritta, orale, video, con mezzi elettronici, ecc.) e un linguaggio semplice e comprensibile all'interessato di riferimento (articolo 2 e Considerando 42)⁸¹, comprensiva delle seguenti informazioni minime”⁸². Rendere accessibile l’informativa o la disposizione contrattuale è uno degli oneri più importanti che il titolare porta in suo capo. Come è stato possibile per le informative *privacy*, rimandando anche al concorso indotto dal *Garante italiano*⁸³, si auspica nella realizzazione di simili soluzioni nel campo del diritto d'autore, nel quale tutt'ora vi sono dubbi e poche tutele a favore di chi asserisce all'uso delle proprie opere.

II.IV. Tipologie contrattuali e problematiche

La pubblicazione di una immagine sui *social media*, atto che alla percezione appare banale e privo di conseguenze, mette invece in moto un processo in cui la fotografia diviene oggetto che fa sorgere in capo al proprietario dei diritti patrimoniali su di essa. È comune che lo *user* non abbia ben chiaro a cosa abbia asserito in sede di iscrizione alla *piattaforma* in questione; a maggior ragione, problematiche incombono qualora la pubblicazione di una immagine sia frutto della stipulazione di un contratto tra due parti che creano un rapporto di tipo commerciale, come nel caso degli *influencer*.

“L'avvento dell'era digitale ha inoltre condotto alla nascita di nuove forme di controllo delle informazioni contenute nelle opere dell'ingegno, basate principalmente su tre strumenti: il contratto,

⁸¹ Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR) n.679 del 2016 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alla protezione delle persone fisiche.

⁸² L. CAIRO / V. OMARCHI / V. CATONI / G. VALSECCHI, Consenso (Artt. 4; 6-9), GDPR > Principi applicabili al trattamento dei dati personali (artt. 5-10), Wolters Kluwer.

⁸³ Si rimanda al paragrafo I.IV. sul *contest* “Informativa Chiare”.

la tecnologia, la legge sulla proprietà intellettuale”⁸⁴. Per tal ragione, è interessante esaminare la composizione di alcuni strumenti utilizzati in ambito civilistico per trattare la materia.

II.IV.I. Le licenze d’uso

Qualora si parli di sfruttamento economico di un’opera protetta dal diritto d’autore, subentrano i cosiddetti “contratti sui diritti di utilizzazione⁸⁵”, che possono essere vere e proprie cessioni ovvero licenze, esclusive o non, che mirano a fornire il maggior controllo possibile sul "proprio" bene. Lo schema contrattuale prevede da un lato il trasferimento del diritto di utilizzare per un tempo determinato o indeterminato l’opera, in cambio di un corrispettivo. Il contratto di licenza d’uso, dunque, non elimina il diritto patrimoniale del creatore al momento della cessione dei diritti sull’opera, bensì ne concede in modalità temporanea i diritti di sfruttamento e di proprietà intellettuale, in cambio di un eventuale corrispettivo economico sempre stabilito alla stipulazione del contratto.

Con il conseguente avvento delle nuove tecnologie vi è stato un mutamento della struttura di mercato, dando nuove forme alle istituzioni ed alle regole sulle quali si basa. In merito al diritto dei contratti, sono cambiati alcuni profili fondamentali, come la disciplina della formazione del contratto mediante condizioni generali, l’intersezione tra contratto e proprietà intellettuale e la

⁸⁴ MOSCON, V., La rappresentazione informatica dei diritti tra contratto e diritto d'autore, in "Cyberspazio e diritto: Internet e le professioni giuridiche: 11, 4, 2010, Modena, Enrico Mucchi Editore.

⁸⁵ Base giuridica art 2581 del Codice civile.

circolazione transfrontaliera dei modelli contrattuali, come ad esempio nel caso della licenza a *click* (*click-wrap license*⁸⁶)⁸⁷.

In questa tipologia di contratti sorge il problema che si perfezionano senza aver possibilità di negoziazione e togliendo all'oblatore di poter effettivamente venire a conoscenza delle condizioni contrattuali che componevano l'accordo, con conseguenti dubbi anche sull'effettiva equivalenza tra il *click* e l'applicabilità delle clausole vessatorie o, ancora, sulla effettiva tutela del contraente⁸⁸.

II.IV.II. Digital Rights Management

Ultimamente sono sorte nuove strutture informatiche, denominate *Digital Rights Management*⁸⁹, che i titolari di diritto d'autore e diritti connessi possono usufruire per amministrarli in un contesto digitale. Tramite i DRM i file in questione sono codificati per impedire che vengano duplicati in modo incontrollato, limitandone l'uso nel tempo con un massimo di 14 giorni. Inoltre, si può impedire o circoscrivere agli utenti senza licenza l'accesso libero, il copia e incolla, la stampa e la diffusione.

Essi sono in grado di “rendere immediatamente effettive le limitazioni d'uso scritte nelle licenze, sanzionando direttamente l'utente che provi a disattendere le prescrizioni contrattuali. In questo scenario, che caratterizza le forme più recenti di commercio elettronico, il testo contrattuale diventa una macchina e la macchina conferisce il potere di auto tutelarsi”⁹⁰. Al posto di una negoziazione, dunque, si va a formare una serie di regole

⁸⁶ Tipologia di licenza simile a quella a strappo, pensata anche per contratti aventi oggetto altre tipologie di opere.

⁸⁷ MOSCON, V., La rappresentazione informatica dei diritti tra contratto e diritto d'autore, in "Cyberspazio e diritto: Internet e le professioni giuridiche: 11, 4, 2010, Modena, Enrico Mucchi Editore.

⁸⁸ Vedi nota 87.

⁸⁹ Letteralmente “gestione dei diritti digitali”, sigla DRM.

⁹⁰ Vedi nota 87.

inflexibili e non modificabili, contro il concetto di libertà e personalizzazione proprio dell'idea di un contratto.

II.IV.III. Problematiche e soluzioni

Come già affermato, il cambiamento del mondo giuridico e del mercato grazie alle nuove tecnologie ha dato vita a nuove professioni, meritevoli di tutela dal campo del diritto patrimoniale e d'autore. Vi è tuttora poca chiarezza sulla disciplina applicabile a chi trova nei *social media* una fonte di guadagno; le nuove figure degli *influencer*, *content creators*⁹¹ o liberi professionisti che pubblicano su queste piattaforme sono spesso contattati da aziende per collaborare con loro. In cambio di un corrispettivo economico, essi realizzano un contenuto che possa essere il più intrattenente possibile, stando alle linee guida più o meno rigide stabilite durante l'accordo. Un esempio di contratto è quello di sponsorizzazione⁹², che assiduamente manca nella sua forma scritta ufficiale, e viene concluso per fatti concludenti portando con sé le annesse problematiche.

Il problema della mancanza di un documento che determina la validità di un accordo sorge in molte altre fattispecie concernenti il diritto d'autore, portando a complicazioni sia di valore probatorio, che di comprensione per il cliente e per chi lo contratta; spesso purtroppo si ritiene sufficiente lo scambio di *e-mail* fatto tra le due parti come documento contrattuale.

La redazione semplice, chiara e accessibile può evitare la creazione di disagi quando, al momento della firma, il cliente non è ben consapevole dei diritti che effettivamente cede sulla propria creazione. Al contempo, utilizzare questi metodi di contrattazione è benefico anche per le aziende e imprenditori che li utilizzano

⁹¹ Tradotto "creatori di contenuti".

⁹² Contratto atipico con base giuridica art 1322 Codice civile.

ottenendo il fattore di sostenibilità aziendale ed una buona reputazione. Uno scambio trasparente migliora l'economia, oltre che la tutela dei diritti, ed è lo scopo principale che il *legal design* si pone di portare a termine. Questa nuova disciplina, inoltre, concede la possibilità di rendere personalizzabile il contratto in base alle necessità, senza dover sottostare alle rigide licenze che caratterizzano oggi il commercio elettronico.

CAPITOLO III

UN NUOVO MODELLO CONTRATTUALE

III.I. Analisi di un caso pratico

L'integrazione della disciplina del *legal design* con la contrattualistica sorge dunque da una necessità pratica che vuole equilibrare sia i rapporti tra le parti, che tra i cittadini e la legge. Per dimostrare quanto possa influire positivamente il connubio tra la contrattualistica ed il diritto d'autore, si vuole analizzare la fattispecie della prestazione di immagini e video ai fini commerciali e pubblicitari.

Tale questione si risolve dando un pratico aiuto alla stesura di un contratto che di prassi porta con sé problematiche dal punto di vista della sua comprensione. Un testo complicato ed esageratamente fitto in questo caso induce il firmatario a non avere chiaro le obbligazioni a suo capo, né i diritti patrimoniali che concederà all'ipotetica Società o Ente a cui presterà servizio. Inoltre, il più delle volte un contratto redatto con una forma non conforme o pressoché inesistente mette ancora più a repentaglio la tutela del sottoscrittore, il quale non può incorrere ad alcuna difesa qualora il titolare a cui le obbligazioni sono a favore non si comporti secondo gli accordi.

In un contesto digitalizzato come quello odierno è necessario tutelare al meglio le categorie che prestano immagini o video ad uso commerciale, in quanto si tratta di nuove posizioni lavorative su cui una disciplina ben affermata e chiara è tutt'ora assente. Tali figure si riscontrano nella categoria degli *influencer*, ma anche nei *designer*, artisti o fotografi, tutti accomunati dal fatto che di base cedono i loro diritti patrimoniali su un contenuto multimediale e ne ricavano un compenso monetario. Al fine di diminuire il più possibile inconvenienti sulle loro prestazioni e per alleggerire il

numero delle dispute giudiziarie, si propone di creare un contratto su tale fattispecie attraverso i canoni del *legal design*. In tal modo è anche possibile diffondere una maggiore consapevolezza sulla materia, canonizzando alcuni elementi che possono essere facilmente riconoscibili dai soggetti in merito.

Per comprendere al meglio i punti deboli di un canonico contratto di cessione dei diritti patrimoniali su un contenuto ai fini pubblicitari o commerciali, è necessario partire dalla sua visione e lettura.

CONTRATTO PER L'UTILIZZAZIONE PUBBLICITARIA DI IMMAGINI E VIDEO

Il/La sottoscritto/a _____, nato/a a _____, il _____, residente a _____, in Via/p.zza _____, e avente Codice Fiscale _____, ai sensi del d.lgs. n° 196 del 2003 sulla privacy ed in base al Regio Decreto n° 633 del 1941 sul diritto all'immagine

AUTORIZZA

Secondo compenso concordato, senza limiti di tempo, anche ai sensi degli artt. 10 e 320 cod.civ. e degli artt. 96 e 97 legge 22.4.194, n. 633, Legge sul diritto d'autore, alla pubblicazione e/o diffusione in qualsiasi forma dei propri Contenuti creati al fine di provvedere servizi di marketing e promozionali della Società/Ente _____, numero P.I. _____, indirizzo sede principale _____, città _____, provincia _____, codice postale _____, telefono _____, e-mail _____, su qualsiasi mezzo di diffusione. Nonché autorizza che tutti i Contenuti creati dall'influencer nel corso della fornitura di servizi alla Società/Ente saranno di proprietà unica ed esclusiva di essa. Tale potrà utilizzare e diffondere i Contenuti in qualsiasi modo o forma per tutti gli usi (salvo a fini pornografici e/o lesivi del senso del pudore), che possono includere, ma non sono limitati a, arte, pubblicità, promozione, marketing e imballaggio di qualsiasi prodotto o servizio. Il sottoscritto si impegna a non utilizzare tali Contenuti per qualsiasi altro scopo.

CLAUSOLE ULTERIORI

Descrizione dei servizi. Il termine Contenuto si riferisce a fotografie, illustrazioni, animazioni, o video eseguite dal sottoscritto al fine di provvedere servizi di marketing e promozionali alla Società/Ente sotto corrispettivo economico.

Condizioni economiche. In considerazione dei servizi forniti dal sottoscritto, la Società/Ente verserà il seguente compenso: _____

Termini di pagamento. Il pagamento dovrà avvenire come segue:

Durata. Il presente contratto decorre dal _____ e termina il _____. Ciascuna parte può recedere dal presente contratto in qualsiasi momento previa comunicazione scritta all'altra parte, con preavviso di 30 giorni. Terminati gli effetti del contratto la Società/Ente potrà continuare ad utilizzare o meno i contenuti realizzati.

Riservatezza. Il sottoscritto si impegna a mantenere riservate e a non divulgare a terzi le informazioni riservate di cui sia venuto a conoscenza durante il rapporto. Le "Informazioni riservate" comprendono, a titolo esemplificativo, tutte le informazioni commerciali, tecniche, finanziarie e sui clienti della Società/Ente (art 98 e 99 CPI).

Diritti patrimoniali. Il sottoscritto autorizza che il Contenuto sia utilizzato in combinazione con altre immagini e che possa essere modificato. Inoltre, di non avere alcun diritto di ispezione o approvare il Contenuto o l'utilizzo che viene fatto del Contenuto. Infine, di non aver alcun diritto di

Figura 2. Prima pagina di un contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video "canonico", steso dall'autrice del testo.

ottenere ulteriori corrispettivi pecuniari o contabili e che non rivendicherà alcun diritto associato al Contenuto, per nessuna ragione.

Legge applicabile e tribunale/giurisdizione competente. Qualsiasi controversia derivante da o relativa al presente contratto sarà risolta mediante arbitrato in conformità alle norme citate precedentemente nel medesimo contratto.

Il sottoscritto

li _____

La Società/Ente

li _____

Figura 3. Seconda pagina di un contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video "canonico", steso dall'autrice del testo.

INFORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

La Società/Ente, in qualità di Titolare del Trattamento, informa che i dati personali di cui alla presente liberatoria verranno trattati con modalità cartacee e telematiche, nel rispetto della vigente normativa e dei principi di correttezza, liceità, trasparenza e riservatezza; in particolare, i dati forniti, ivi inclusi i dati contenuti in foto e/o video, verranno utilizzati esclusivamente per le finalità, e secondo le tempistiche, strettamente connesse e strumentali alle attività di pubblicazione nei social Network e nel sito web.

Il conferimento del consenso al trattamento dei dati personali è facoltativo.

Ai sensi degli art. da 15 a 22 del GDPR, potrete ottenere, in qualunque momento dal Titolare del trattamento l'accesso ai dati personali, la copia, la rettifica, l'integrazione e/o la cancellazione degli stessi, la limitazione e l'opposizione al loro trattamento; avrete inoltre diritto alla portabilità dei dati personali (ove previsto).

Qualora dovesse ritenere che il trattamento che lo riguarda violi il Reg. UE 2016/679, potrete proporre reclamo ad un'Autorità di controllo, ai sensi dell'art. 77 del Regolamento stesso.

O Presto il consenso

O Nego il consenso

Il sottoscritto

li _____

La Società/Ente

li _____

Figura 4. Terza pagina di un contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video "canonico", steso dell'autrice del testo.

La prima caratteristica evidente sta nella visualizzazione del documento, in quanto si tratta un “*wall of text*” difficile da leggere, dove i punti salienti dell’accordo non emergono, bensì si perdono all’interno di frasi lunghe e complicate. Tale documento non invoglia il firmatario a leggere attentamente le clausole a cui asserisce e comprenderne il contenuto; al contrario, il testo lo confonde e lo incita ad accettare un accordo che potrebbe ledere alcuni suoi diritti sull’opera multimediale, i quali invece, per ipotesi, vorrebbe mantenere.

Appaiono molte informazioni tecniche e legali che non sono fondamentali per il firmatario, in quanto non esperto in ambito giuridico, come i numeri degli articoli delle norme su cui si basa il contratto. Sebbene il testo sia diviso in sezioni, non vi sono parole in evidenza che permettono una veloce ricezione del contenuto. È necessario porre alla luce come il contratto sia strutturato su tre pagine differenti, creando scomodità anche ad una ipotetica stampa cartacea del documento. Anche l’Informativa sul trattamento dei dati personali non segue le linee guida dei contratti semplificati, le quali si rimarca come siano già state abbozzate dal *Garante privacy* italiano⁹³, ma che nella quotidianità non vengono regolarmente applicate.

⁹³ Si rimanda al paragrafo I.IV. sul *contest* “Informativa Chiare”.

III.II. La stesura di un documento “semplice”

III.II.I. Comprensione del destinatario, creazione di una bozza e complicazioni

La prima fase propedeutica alla stesura di un contratto di *legal design* è la comprensione delle necessità del destinatario. Difatti, per ottenere un risultato efficace, il documento deve prima essere chiaro a colui che lo firma, per evitare il più possibile dispute ed incomprensioni tra le parti. In questa fattispecie il firmatario ha necessità di comprendere i diritti patrimoniali che cede alla Società/Ente, e le condizioni secondo cui quest'ultima può utilizzare i contenuti ad essa forniti. La consapevolezza di questo aspetto è chiave per ottenere un accordo trasparente; oggigiorno problematiche legate al diritto d'autore incorrono sempre più a causa di una mancanza di chiarezza nei documenti legali. Alcuni esempi riguardano l'utilizzo in modo massivo di una immagine o video che il creatore non intendeva acconsentire, oppure la mancata retribuzione di ulteriori benefici scaturiti dal contenuto, ma che solamente il destinatario può trattenere.

Il giurista, dunque, dovrebbe spendere del tempo a riflettere sulle necessità altrui e non concentrarsi troppo sulla forma e sui fronzoli tipici di un sistema ancora ancorato ai canoni del Secolo scorso. L'attenzione di un lettore si coglie attraverso colori, forme e testi dinamici, che prontamente comunicano il loro significato senza giri di parole.

A seguito di questa presa di coscienza, si procede a stendere una prima bozza, anche su carta, per disporre in modo economico e visivamente chiaro le informazioni chiave. Se le prime complicazioni incorrono utilizzando l'inchiostro, le vere problematiche emergono quando si passa ad un programma grafico su *computer*.

Una delle priorità è ridurre il numero di pagine al minimo, ritenendo ottimale racchiudere il contenuto del contratto in una facciata ed in un'altra prevedere l'Informativa per il trattamento dei dati personali, fondamentale per la liceità della raccolta delle generalità del sottoscrittore. Tale fattispecie è propensa per natura all'inserimento di molteplici clausole che trattano al dettaglio i diritti patrimoniali sui contenuti multimediali, andando a complicare la sintesi del corpo del testo. In aggiunta, la stessa perifrasi formale con la quale è solito redigere documenti giuridici crea frasi corpose e difficili da riassumere.

In base alle necessità del cliente, si creano vari prototipi che a mano a mano vengono migliorati grazie alla consapevolezza di chi lo stende, ma anche al *feedback* di chi ne commissiona la scrittura.

III.II.II. Il prototipo: spiegazione e procedura

Per il raggiungimento di un prodotto visivamente ben strutturato e gradevole, è possibile utilizzare molti programmi *on-line* e non, anche in base alle competenze grafiche di chi lo sviluppa. In questo caso concreto è stato impiegato *Adobe Illustrator*⁹⁴, un *software* per l'elaborazione di immagini e grafiche che permette di creare documenti con assoluta libertà. Nonostante questa grande discrezionalità nel decidere il risultato finale, l'utilizzo di *Ai* appare difficoltoso senza la conoscenza di alcune nozioni base di grafica e disegno.

Per tal motivo, si evidenzia come l'essere affiancati da esperti nel campo del *design* visivo possa apportare benefici significativi all'efficacia dei risultati. Emerge in questo caso la prova di come la giurisprudenza debba essere necessariamente integrata da altre

⁹⁴ Software della casa di sviluppo Adobe, usato da *designer* e grafici, sigla *Ai*.

discipline, che ne fortificano la valenza e la aprono a nuovi spazi di azione.

A fortiori, ciò è valido nelle applicazioni giuridiche ad aspetti importanti del campo pubblico, come nella creazione di infografiche⁹⁵ visibili a molti. Si pensi alle immagini utilizzate per la spiegazione delle zone di divisione del territorio italiano stabilite dal *Governo* durante la pandemia *Covid-19*⁹⁶; colori e icone accompagnate da concise parole chiave presero spazio rispetto a testi lunghi e complicati.

Nel campo del privato spesso invece i giuristi necessitano di strumenti più semplici da usare, in quanto autodidatti che nell'immediato non possono ricorrere ad altri esperti per questioni più rapide e confezionate *ad hoc* per il cliente. Uno dei più utilizzati è *Canva*⁹⁷, il quale è disponibile *on-line* e permette in modo intuitivo e veloce la realizzazione di progetti grafici, offrendo anche un'ampia gamma di icone e modelli. Grazie a questo intermediario, le discipline del *design* e della giurisprudenza si integrano dimostrando che non è necessario avere competenze sviluppate per migliorare la recezione di documenti legali.

Per l'organizzazione delle informazioni si è stabilito che fosse più efficace veicolarle tramite blocchi tematici racchiusi in caselle. In tal modo vi è una chiara divisione degli argomenti trattati, e chi lo legge ha la possibilità di rintracciare immediatamente il punto di suo interesse.

A sostegno di ciò, si è fatto ricorso alle icone che riescono a veicolare informazioni essenziali senza l'utilizzo di parole, in

⁹⁵ Modalità di veicolazione di informazioni improntata sul lato grafico e visivo più che testuale.

⁹⁶ Le prime disposizioni furono date dal Decreto-Legge 25 marzo 2020, n. 19.

⁹⁷ Strumento di progettazione grafica *on-line*.

quanto saltano all'occhio prima dei testi. La parte iconografica è un elemento essenziale in tali tipologie contrattuali poiché rendono la lettura più accattivante. Esempi di icone qui utilizzate sono le mani che si stringono che simbolizzano l'accordo tra le parti, la mano che sorregge del denaro, che sta a significare la parte di corrispettivo economico, e la lampadina con l'icona del *copyright* "C", che denota la parte dei diritti patrimoniali. In aggiunta, la tabella con il simbolo del divieto e della spunta aiutano il lettore nella recezione di cosa potrà o non potrà fare una volta firmato il contratto; nel momento di dubbio, sarà possibile prendere visione del documento per ricordare quali sono le condizioni contrattuali.

Una delle ragioni per cui si ricorre al *legal design* in tali situazioni è il voler rendere il contratto una sorta di manuale deontologico che può essere consultato anche dopo la sua sottoscrizione; in questo modo si possono ridurre le dispute causate da incomprensioni considerevolmente, perché in un unico documento si trova sia un accordo, che le "istruzioni" per un corretto svolgimento di esso.

Le icone utilizzate in questo progetto sono state reperite dal sito web "Flaticon"⁹⁸, il quale ne offre una vasta gamma non tutelate da *copyright* e liberamente utilizzabili per questi fini⁹⁹.

Ulteriormente a ciò, l'utilizzo del "grassetto" e dell'"elenco puntato" si allinea con gli obiettivi prima elencati, per sintetizzare il testo e risaltare i suoi elementi salienti.

⁹⁸ Sito web che permette il download gratuito, e non, formati di icone in più formati, reperibile al link <https://www.flaticon.com>.

⁹⁹ Non è concesso per fini commerciali che hanno come unico elemento principale una delle icone e in combinazione con IA. In tutti gli altri scenari, è possibile farne uso liberamente citandone la fonte.

Oltre che piacevole all'occhio, il contratto deve essere valido anche per il suo contenuto. Come si è evidenziato precedentemente, vi è difficoltà per la natura della giurisprudenza a ridurre il contenuto ad una pagina di testo. Per ottenere ciò, ci si deve discostare dalle perifrasi lunghe ed arzigogolate in favore di parole più semplici e frasi concise; le difficoltà che sono intercorse hanno principalmente riguardato la selezione delle parole essenziali e la rimozione delle parti "superflue" che non sono necessarie al sottoscrittore per comprendere le condizioni contrattuali.

Nella seconda pagina si trova invece l'Informativa sul trattamento dei dati personali; in merito a tale fattispecie la giurisprudenza si è già mobilitata nella progettazione di informative accessibili e semplici da leggere. Si propone in questo caso un testo che sfrutta alcune icone fornite dal *Garante* italiano create da Sara Vagni¹⁰⁰, una dei vincitori del *contest* "Informative Chiare". Nonostante vi sia stata una maggiore presa di coscienza delle problematiche della materia, come esposto nel Capitolo I, tutt'oggi non esiste uniformità di applicazione, né grande diffusione. Si propone a tal proposito una versione semplificata, utile da utilizzare come allegato.

Il contratto è stato proposto a colori poiché è il primo elemento che l'occhio umano riconosce. Il cambio di toni, inoltre, aiuta a dividere meglio in sezioni il documento, raggruppando visivamente blocchi di informazioni.

Il primo riguarda le due parti sottoscrittenti, di colore verde per riprendere il concetto del "punto di partenza". Successivamente, vi è la parte descrittiva dell'accordo in azzurro che trasmette

¹⁰⁰ VAGNI, S., reperibili e scaricabili dal link <https://www.garanteprivacy.it/temi/informativechiare>.

“chiarezza” rimandando all’idea dell’acqua; sono qui raggruppati lo scopo e la descrizione dell’accordo, le condizioni economiche e la durata. In terza battuta viene evidenziato dall’arancione la sezione dei diritti patrimoniali concessi, colore che simboleggia il sentore che sia necessario “fermarsi” a leggere le condizioni.

In aggiunta, il divieto e la spunta, rispettivamente rosso e verde, riprendono i colori che, secondo la semiotica dei colori¹⁰¹, hanno valenza di “allarme” e di “via libera”; l’esempio più immediato è l’uso stradale di tali colori, nei semafori e nei cartelli.

Tale disciplina, utilizzata per la scelta di tutti i toni del documento, viene inoltre impiegata nella selezione delle stesse icone poiché vi sono dei simboli che universalmente assumono un significato preciso e univoco per tutti; *in primis*, il divieto e la spunta, ma anche l’orologio per la durata e la stretta delle mani in forma di accordo.

In calce, sopra la sezione di firma, vi è la parte sulla riservatezza e sulle leggi applicabili alla fattispecie; si è scelto il giallo in quanto aiuta alla segnalazione di informazioni che in situazioni di “pericolo” risaltano all’occhio.

Nella Informativa *privacy* invece le icone sono blu, colore scelto dalla loro creatrice e che si rimarca come rimandi sempre ad un concetto di “chiarezza” e “formalità”. La spunta verde e la croce rossa sono state apposte come caselle di accettazione o rifiuto, riprendendo sempre il significato previamente esposto.

A seguito di una attenta disamina delle problematiche e di un processo creativo, si è arrivati al prototipo definitivo.

¹⁰¹ Scienza che studia i segni e il modo in cui essi assumono un significato, detta anche “filosofia del linguaggio”. Parte di essa si occupa dello studio dei colori come simboli.

CONTRATTO PER L'UTILIZZAZIONE PUBBLICITARIA DI IMMAGINI E VIDEO

<p>Il sottoscritto</p> <p>Nome: _____</p> <p>Nato a: _____ il: _____</p> <p>Indirizzo di residenza: _____</p> <p>Città: _____ Provincia: _____</p> <p>Paese: _____ Codice postale: _____</p> <p>Telefono: _____</p> <p>Email: _____</p>	<p>Società/Ente</p> <p>Nome: _____</p> <p>P.I.: _____</p> <p>Indirizzo sede principale: _____</p> <p>Città: _____ Provincia: _____</p> <p>Paese: _____ Codice postale: _____</p> <p>Telefono: _____</p> <p>Email: _____</p>
	
<p>Scopo dell'accordo</p> <p> Pubblicazione e/o diffusione in qualsiasi forma e su qualsiasi mezzo di diffusione dei propri Contenuti.</p>	<p>Descrizione dei servizi</p> <p> Contenuto = fotografie, illustrazioni, animazioni, o video eseguite per fornire servizi di marketing e promozionali alla Società/Ente.</p>
<p>Condizioni economiche</p> <p> In merito ai servizi forniti, la Società/Ente verserà il seguente compenso: _____</p>	<p>Durata</p> <p> -Il contratto decorre dal _____ e termina il _____.</p> <p>-Terminato la Società/Ente potrà continuare ad utilizzare i Contenuti.</p>
<p>Diritti patrimoniali concessi</p> <p> -I Contenuti creati saranno di proprietà unica ed esclusiva della Società/Ente.</p> <p>-Essa potrà utilizzarli e diffonderli in qualsiasi modo o forma.</p>	
<p style="text-align: center;"></p> <p>Il sottoscritto:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Non avrà diritto di ispezionare o approvare l'utilizzo che viene fatto del Contenuto. -Non avrà diritto di ottenere ulteriori corrispettivi pecuniari o contabili. -Non potrà utilizzare tali Contenuti per qualsiasi altro scopo. 	<p style="text-align: center;"></p> <p>Il sottoscritto:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Accetta che il Contenuto potrà essere utilizzato in combinazione con altri ed essere modificato. -Può reclamare l'uso se utilizzato a fini lesivi del senso del pudore e/o pornografici. -Può recedere dal contratto previa comunicazione scritta con preavviso di 30 giorni.
<p>Riservatezza</p> <p> Il sottoscritto si impegna a mantenere riservate e a non divulgare a terzi le informazioni riservate di cui sia venuto a conoscenza durante il rapporto.</p>	<p>Legge applicabile</p> <p> -artt. 10 e 320 cod.civ. -Legge sul diritto d'autore. -GDPR.</p>
<p>Firma</p> <p>Il sottoscritto _____ li _____ La Società/Ente _____ li _____</p>	

Figura 5. Contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video "semplificato", a colori, steso dell'autrice del testo.

INFORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI



La Società/Ente, in qualità di **Titolare del Trattamento**,



informa che i **dati personali** di cui alla presente liberatoria verranno **trattati** con modalità cartacee e telematiche, nel rispetto della vigente normativa e dei principi di correttezza, liceità, trasparenza e riservatezza;



in particolare, i dati forniti, ivi inclusi i dati contenuti in foto e/o video, verranno **utilizzati esclusivamente per le finalità e secondo le tempistiche** strettamente **connesse e strumentali** alle attività stabilite nel contratto.



Il **conferimento del consenso** al trattamento dei dati personali è **facoltativo**.



Ai sensi degli art. da 15 a 22 del GDPR, è possibile ottenere in **qualsiasi momento** dal Titolare del trattamento **l'accesso ai dati personali, la copia, la rettifica, l'integrazione e/o la cancellazione degli stessi, la limitazione e l'opposizione** al loro trattamento; vi è inoltre diritto alla portabilità dei dati personali (ove previsto).



Qualora si dovesse ritenere che il trattamento che lo riguarda violi il Reg. UE 2016/679, è possibile proporre **reclamo** ad **un'Autorità di controllo**, ai sensi dell'art. 77 del Regolamento stesso.

Presto il consenso

Nego il consenso

Firma

Il sottoscritto _____ li _____ La Società/Ente _____ li _____

Figura 6. Informativa sul trattamento dei dati personali "semplificata", a colori, stesa dall'autrice del testo.

Nonostante i colori siano utili veicoli di informazioni, dal punto di vista pratico possono mettere in difficoltà la diffusione del documento. Soprattutto nella veicolazione massiva di documenti legali è d'uso consegnare una copia cartacea del prodotto, e non sempre viene consegnata la copia digitale; le stampe a colori sono più costose di quelle in bianco e nero, e ciò crea problematiche per chi deve affrontare onerose spese di stampa. Per tali ragioni, si propone lo stesso documento, ma in bianco e nero, dovendo fare un compromesso tra efficacia e praticità.

CONTRATTO PER L'UTILIZZAZIONE PUBBLICITARIA DI IMMAGINI E VIDEO

		
<p>Il sottoscritto</p> <p>Nome: _____</p> <p>Nato a: _____ il: _____</p> <p>Indirizzo di residenza: _____</p> <p>Città: _____ Provincia: _____</p> <p>Paese: _____ Codice postale: _____</p> <p>Telefono: _____</p> <p>Email: _____</p>	<p>Società/Ente</p> <p>Nome: _____</p> <p>P.I.: _____</p> <p>Indirizzo sede principale: _____</p> <p>Città: _____ Provincia: _____</p> <p>Paese: _____ Codice postale: _____</p> <p>Telefono: _____</p> <p>Email: _____</p>	
		
<p>Scopo dell'accordo</p> <p> Pubblicazione e/o diffusione in qualsiasi forma e su qualsiasi mezzo di diffusione dei propri Contenuti.</p>	<p>Descrizione dei servizi</p> <p> Contenuto = fotografie, illustrazioni, animazioni, o video eseguite per fornire servizi di marketing e promozionali alla Società/Ente.</p>	
<p>Condizioni economiche</p> <p> In merito ai servizi forniti, la Società/Ente verserà il seguente compenso: _____</p>	<p>Durata</p> <p> -Il contratto decorre dal _____ e termina il _____.</p> <p>-Terminato la Società/Ente potrà continuare ad utilizzare i Contenuti.</p>	
<p>Diritti patrimoniali concessi</p> <p> -I Contenuti creati saranno di proprietà unica ed esclusiva della Società/Ente.</p> <p>-Essa potrà utilizzarli e diffonderli in qualsiasi modo o forma.</p>		
	Il sottoscritto:	
<p>-Non avrà diritto di ispezionare o approvare l'utilizzo che viene fatto del Contenuto.</p> <p>-Non avrà diritto di ottenere ulteriori corrispettivi pecuniari o contabili.</p> <p>-Non potrà utilizzare tali Contenuti per qualsiasi altro scopo.</p>	<p>-Accetta che il Contenuto potrà essere utilizzato in combinazione con altri ed essere modificato.</p> <p>-Può reclamare l'uso se utilizzato a fini lesivi del senso del pudore e/o pornografici.</p> <p>-Può recedere dal contratto previa comunicazione scritta con preavviso di 30 giorni.</p>	
<p>Riservatezza</p> <p> Il sottoscritto si impegna a mantenere riservate e a non divulgare a terzi le informazioni riservate di cui sia venuto a conoscenza durante il rapporto.</p>	<p>Legge applicabile</p> <p> -artt. 10 e 320 cod.civ. -Legge sul diritto d'autore. -GDPR.</p>	
<p>Firma</p> <p>Il sottoscritto _____ li _____</p> <p>La Società/Ente _____ li _____</p>		

Figura 7. Contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video "semplificato", in bianco e nero, steso dall'autrice del testo.

INFORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI



La Società/Ente, in qualità di **Titolare del Trattamento**,



informa che i **dati personali** di cui alla presente liberatoria verranno **trattati** con modalità cartacee e telematiche, nel rispetto della vigente normativa e dei principi di correttezza, liceità, trasparenza e riservatezza;



in particolare, i dati forniti, ivi inclusi i dati contenuti in foto e/o video, verranno **utilizzati esclusivamente per le finalità e secondo le tempistiche** strettamente **connesse e strumentali** alle attività stabilite nel contratto.



Il **conferimento del consenso** al trattamento dei dati personali è **facoltativo**.



Ai sensi degli art. da 15 a 22 del GDPR, è possibile ottenere in **qualsiasi momento** dal Titolare del trattamento **l'accesso ai dati personali, la copia, la rettifica, l'integrazione e/o la cancellazione degli stessi, la limitazione e l'opposizione** al loro trattamento; vi è inoltre diritto alla portabilità dei dati personali (ove previsto).



Qualora si dovesse ritenere che il trattamento che lo riguarda violi il Reg. UE 2016/679, è possibile proporre **reclamo** ad **un'Autorità di controllo**, ai sensi dell'art. 77 del Regolamento stesso.

Presto il consenso

Nego il consenso

Firma

Il sottoscritto _____ li _____ La Società/Ente _____ li _____

Figura 8. Informativa sul trattamento dei dati personali "semplificata", in bianco e nero, stesa dall'autrice del testo.

III.II.III. Il contratto semplificato all'interno di un *sito web*

Al giorno d'oggi vi è sempre più necessità di rendere digitale la compilazione di contratti, soprattutto con l'avvento degli *smart contract*. In favore di ciò, si vuole proporre anche la realizzazione di una versione interattiva del documento, che può essere compilata e firmata, tramite firma digitale¹⁰² direttamente da un dispositivo informatico, oppure accettando i termini se in presenza dell'altra parte contrattuale, grazie ad una firma grafica digitalizzata.

Il contesto di applicazione può essere il bisogno di raccolta della sottoscrizione tramite un portale *web*, o durante eventi in presenza con raccolta firme attraverso dispositivi mobili.

Si presenta un esempio di *sito web* che riprende la forma e i contenuti del contratto previamente esposto, compilabile negli appositi spazi bianchi. L'Informativa sul trattamento dei dati personali appare, dopo aver cliccato sull'apposita frase, grazie ad un *pop-up*¹⁰³ a cui si acconsente, o meno. Il contratto inoltre non può essere sottoscritto se non si prende visione di tale Informativa, volendo sensibilizzare sull'importanza della sua presa visione per la tutela del sottoscrittore. Tale "modello" è stato realizzato grazie a *Canva*, che permette di creare in modo intuitivo esempi di *siti web* per la visualizzazione del progetto finale.

¹⁰² Modalità di sottoscrizione che viene validata in modo informatico da programmi specifici e di cui può esserne verificata l'autenticità.

¹⁰³ Finestra di *browser* che si apre al di sopra della corrente all'interno di un *sito web*.

CONTRATTO PER L'UTILIZZAZIONE PUBBLICITARIA DI IMMAGINI E VIDEO

<p style="text-align: center;">Il sottoscritto</p> <p>Nome: <input type="text"/></p> <p>Nato a: <input type="text"/> il: <input type="text"/></p> <p>Indirizzo di residenza: <input type="text"/></p> <p>Città: <input type="text"/> Provincia: <input type="text"/></p> <p>Paese: <input type="text"/> Codice postale: <input type="text"/></p> <p>Telefono: <input type="text"/></p> <p>Email: <input type="text"/></p>	<p style="text-align: center;">Società/Ente</p> <p>Nome: <input type="text"/></p> <p>P.I.: <input type="text"/></p> <p>Indirizzo sede principale: <input type="text"/></p> <p>Città: <input type="text"/> Provincia: <input type="text"/></p> <p>Paese: <input type="text"/> Codice postale: <input type="text"/></p> <p>Telefono: <input type="text"/></p> <p>Email: <input type="text"/></p>
<p>Scopo dell'accordo</p> <p> Pubblicazione e/o diffusione in qualsiasi forma e su qualsiasi mezzo di diffusione dei propri Contenuti.</p>	<p>Descrizione dei servizi</p> <p> Contenuto = fotografie, illustrazioni, animazioni, o video eseguite per fornire servizi di marketing e promozionali alla Società/Ente.</p>

Figura 9. Pagina web di un contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video, opera dell'autrice del testo, p. 1.

<p>Condizioni economiche</p> <p> In merito ai servizi forniti, la Società/Ente verserà il seguente compenso: <input type="text"/></p>	<p>Durata</p> <p> -Il contratto decorre dal <input type="text"/> e termina il <input type="text"/>.</p> <p>-Terminato la Società/Ente potrà continuare ad utilizzare i Contenuti.</p>
<p>Diritti patrimoniali concessi</p> <p> -I Contenuti creati saranno di proprietà unica ed esclusiva della Società/Ente.</p> <p>-Essa potrà utilizzarli e diffonderli in qualsiasi modo o forma.</p>	
<p style="text-align: center;"></p> <p>Il sottoscritto:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Non avrà diritto di ispezionare o approvare l'utilizzo che viene fatto del Contenuto. -Non avrà diritto di ottenere ulteriori corrispettivi pecuniari o contabili. -Non potrà utilizzare tali Contenuti per qualsiasi altro scopo. 	<p style="text-align: center;"></p> <p>Il sottoscritto:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Accetta che il Contenuto potrà essere utilizzato in combinazione con altri ed essere modificato. -Può reclamare l'uso se utilizzato a fini lesivi del senso del pudore e/o pornografici. -Può recedere dal contratto previa comunicazione scritta con preavviso di 30 giorni.

Figura 10. Pagina web di un contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video, opera dell'autrice del testo, p. 2.

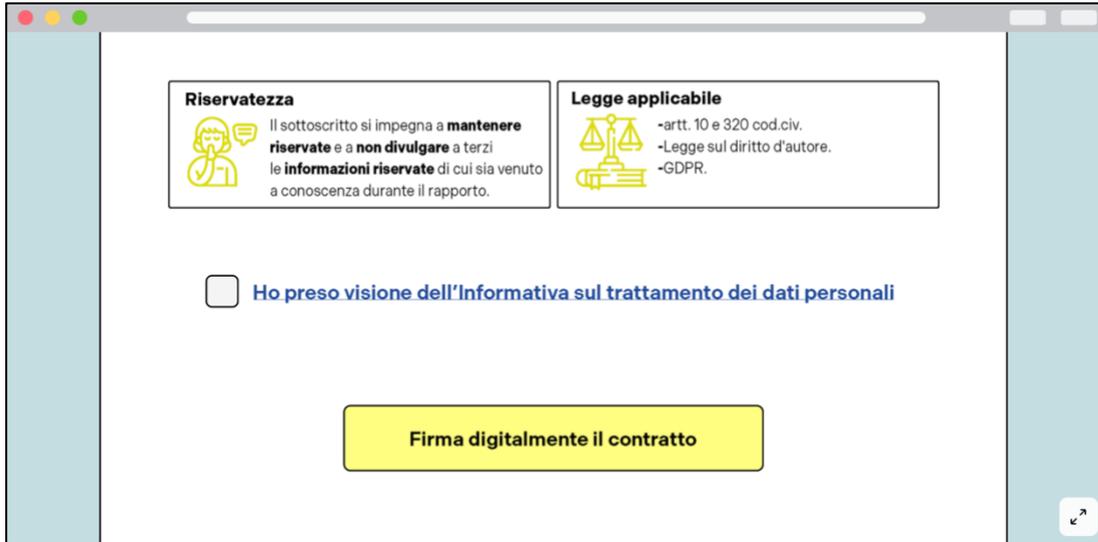


Figura 11. Pagina web di un contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video, opera dell'autrice del testo, p. 3.



Figura 12. Pagina web di una Informativa sul trattamento dei dati personali, opera dell'autrice del testo.

CONCLUSIONI

In conclusione, si vuole affermare come lo scopo di questo elaborato è dimostrare quanto vi sia la necessità che la giurisprudenza interagisca sempre più con altre discipline, anche se apparentemente estranee ad essa. In un contesto dove la tematica della “giustizia accessibile” si fa spazio in favore di una composizione delle norme centrate sul destinatario, e non su chi le compone, non è più accettabile che i lettori comuni di documenti legali non ne comprendano a pieno il contenuto. L’obiettivo finale è tutelare coloro senza conoscenze in materia al fine di ridurre le incomprensioni e le dispute, anche nell’ottica di alleggerire la mole di casi che le *Corti* ed i *Tribunali* devono risolvere.

Creare documenti facilmente consultabili ed inclusivi, inoltre, aumenta la fiducia dei consumatori nei confronti della legge.

Nel caso concreto del diritto d’autore, manca una coscienza collettiva sull’importanza del rispetto e della cura che si deve avere con l’uso di contenuti multimediali altrui; spesso vi sono impieghi scorretti o che danneggiano il creatore, in quanto nei mezzi di comunicazione di massa e nei *social networks* la reputazione e l’immagine sono parti fondamentali per privati e Società o Enti. A maggior ragione questo viene evidenziato quando i creatori di contenuti sono lavoratori che devono essere giustamente retribuiti, rispettando i mezzi ed i termini della prassi legale, la quale tuttavia manca di chiarezza nella disciplina.

Con la creazione di un prodotto finito e concreto atto alla regolazione di un’utilizzazione pubblicitaria di immagini e video consapevole e chiara, è emerso come sia necessario creare una contrattualistica che abbia come punto centrale il destinatario. In aggiunta, si rimarca come non sia un compito che non presenta

problematiche, ma che con la diffusione di tali principi sarà sempre più immediato confrontarsi tra giuristi e canonizzare le modalità di stesura.

Si vuole proporre, a tal proposito, anche una riflessione su come gli stessi *social network* dovrebbero inserire modalità di veicolazione su come un contenuto possa essere sfruttato da Società o Enti che retribuiscono i creatori, ma anche da spettatori e utenti.

Tramite l'uso di icone o colori si consiglia di affiggere un "segnale" che un'opera sia, ad esempio, tutelata da *copyright*, creata sotto retribuzione e di "proprietà" di chi l'ha commissionata, oppure di libero uso.

Tale metodo potrebbe rivelarsi utile per dimostrare come il *design* e la legge, in fin dei conti, non hanno scopi così distanti l'uno dall'altro, entrambi hanno l'ottica di semplificare le vite delle persone nel loro quotidiano.

Appendice delle figure

<i>Figura 1. Grafico sulle fasi del design method, opera dell'autrice del testo</i>	20
<i>Figura 2. Prima pagina di un contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video "canonico", steso dell'autrice del testo.</i>	42
<i>Figura 3. Seconda pagina di un contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video "canonico", steso dell'autrice del testo.</i>	43
<i>Figura 4. Terza pagina di un contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video "canonico", steso dell'autrice del testo.</i>	44
<i>Figura 5. Contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video "semplificato", a colori, steso dell'autrice del testo.</i>	52
<i>Figura 6. Informativa sul trattamento dei dati personali "semplificata", a colori, stesa dell'autrice del testo.</i>	53
<i>Figura 7. Contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video "semplificato", in bianco e nero, steso dell'autrice del testo.</i>	55
<i>Figura 8. Informativa sul trattamento dei dati personali "semplificata", in bianco e nero, stesa dell'autrice del testo.</i>	56
<i>Figura 9. Pagina web di un contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video, opera dell'autrice del testo, p. 1.</i>	58
<i>Figura 10. Pagina web di un contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video, opera dell'autrice del testo, p. 2.</i>	58
<i>Figura 11. Pagina web di un contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di immagini e video, opera dell'autrice del testo, p. 3.</i>	59
<i>Figura 12. Pagina web di una Informativa sul trattamento dei dati personali, opera dell'autrice del testo.</i>	59

Bibliografia

CAIRO, L. / OMARCHI, V. / CATONI, V. / VALSECCHI, G.,
Consenso (Artt. 4; 6-9), GDPR > Principi applicabili al
trattamento dei dati personali (artt. 5-10), Wolters Kluwer

CANVA, servizi reperibili al *link* <https://www.canva.com>

COLS, F., Helping those under arrest to understand their rights in
criminal proceedings, tratto dal libro di testo Legal Design
Perspectives Theoretical and Practical Insights from the Field di
Rossana Ducato e Alain Strowel, 2021, p. 277

CORONGIU, S., Il Legal Design per l'impresa: un fattore di
sostenibilità, I Contratti, 1 novembre 2023, n. 6, p. 663

DE MURO, B. / IMPERIALE, M., Legal design, I ed., Milano,
2021

DI FAZIO, M., Quanto tempo ci vorrebbe a leggere tutte le
informative privacy dei siti che visitiamo?, L'Espresso, 12
dicembre 2023

FLATICON, icone reperibili al *link* <https://www.flaticon.com>

GARANTE per la protezione dei dati personali, 2021,
<https://www.garanteprivacy.it/temi/informativechiare>

HAAPIO, H. / ROSSI, A. / LEGAL DESIGN LAB TEAM
(Università di Stanford), 2016-2022,
<https://www.legaltechdesign.com/>

HAGAN, M., 2021, <https://lawbydesign.co/legal-design/#what-is>

IUBENDA, servizi reperibili al *link* <https://www.iubenda.com/it/>

MARGONI, T., Eccezioni e limitazioni al diritto d'autore in Internet = Exceptions and Limitations to Copyright Law in the Internet. Trento Law and Technology Research Group. Research Papers; 9, Trento: Università degli Studi di Trento, 2012

MOSCON, V., La rappresentazione informatica dei diritti tra contratto e diritto d'autore, in "Cyberspazio e diritto: Internet e le professioni giuridiche: 11, 4, 2010, Modena, Enrico Mucchi Editore

PINOTTI, G., Legal design, digitalizzazione e contratti della Pubblica Amministrazione, I Contratti, 1 gennaio 2023, n. 1, p. 85

DUCATO, R. / HAAPIO, H. / HAGAN, M. / PALMIRANI, M. / PASSERA, S. / ROSSI, A., 2018, <https://www.legaldesignalliance.org/>

ROWE, PG., Design Thinking. MIT Press, 1987

SANTOSUOSSO, A. / AZZINI, S., Legal design e contratto: un nuovo sviluppo o un'alternativa? I Contratti, 1 luglio 2022, n. 4, p. 465

SERRA, L., Copyright: la guida completa, Altalex, quotidiano giuridico, 15 giugno 2020, <https://www.altalex.com/guide/copyright>

SIRGIOVANNI, B., Lo 'smart contract' e la tutela del consumatore: la traduzione del linguaggio naturale in linguaggio informatico attraverso il legal design, *Le Nuove Leggi Civili Commentate*, 1 gennaio 2023, n. 1, p. 21

VAGNI, S., 2021, icone reperibili al *link*
<https://www.garanteprivacy.it/temi/informativechiare>

VAVER, D., "Copyright in Legal Documents." *Osgoode Hall Law Journal*, vol. 31, no. 4, Winter 1993, pp. 661-686. HeinOnline