Digital Services Act e Digital Markets Act

Questo libro, a cura di Luca Bolognini, Enrico Pelino, e Marco Scialdone, edito da Giuffrè (2023) è dedicato al Digital Services Act (DSA), che è stato definito la nuova costituzione digitale dell'Unione europea, diretto a rafforzare i diritti e creare un ambiente online più sano, sicuro e trasparente, e al Digital Markets Act (DMA), che cerca di limitare il ruolo dominante dei padroni dei flussi informativi, i cosiddetti gatekeeper, ossia i dominatori dei grandi mercati digitali.

Valutazione: Nessuna valutazione
Prezzo
Prezzo base, tasse incluse45,00 €

Prezzo di vendita40,50 €

Prezzo di vendita, tasse escluse40,50 €

Sconto-4,50 €

Ammontare IVA

Ordinabile

Fai una domanda su questo prodotto

Descrizione

Il Digital Services Act (DSA) è stato definito la nuova costituzione digitale dell'Unione europea, diretto a rafforzare i diritti e creare un ambiente online più sano, sicuro e trasparente. Il Digital Markets Act (DMA) cerca di limitare il ruolo dominante dei padroni dei flussi informativi, i cosiddetti gatekeeper, ossia i dominatori dei grandi mercati digitali, e assicurare condizioni più eque e spazi di sviluppo alle imprese che fanno uso dei loro servizi e agli utenti. Il volume esamina in modo sistematico la materia e analizza il DSA e il DMA, gemelli normativi della strategia digitale dell'Unione, atti complessi, talvolta sfuggenti, specie se non collocati e coordinati in una geografia giuridica più ampia.

Come si applicheranno, in concreto, questi due nuovi regolamenti europei sui servizi e sui mercati digitali? Su quali operatori e in quali settori impatteranno? Come risponderà il DSA all'esigenza di attivare un contrasto efficace alla disinformazione e la proliferazione online di contenuti illeciti, pur rispettando la pluralità delle voci? Quanto al DMA, in che modo esso potrà assicurare maggiore concorrenza e opportunità di sviluppo, pur evitando soluzioni troppo interventiste sul mercato?

L'opera si rivolge a chi utilizza professionalmente motori di ricerca, marketplace, piattaforme social per promuovere attività o competenze, a chi gestisce servizi intermediari, per esempio piattaforme di incontro di domanda e offerta tra professionisti o tra professionisti e consumatori, a chi si informa e informa in rete, a chi ritiene pregiudicata la propria reputazione online, a chi si duole degli automatismi di rimozione dei contenuti, a chi si interroga sul rapporto tra radicalizzazione e algoritmi di raccomandazione, a chi riflette sulle trasformazioni sociali determinate dalle piattaforme online e dai motori di ricerca di dimensioni molto grandi e desidera strumenti legali per il loro contenimento, agli operatori del diritto

applicato alle tecnologie.

A cura di: Bolognini Luca, Enrico Pelino, Marco Scialdone.

Collaboratori volume: Giorgio Afferni, Luca Bolognini; Federica De Stefani, Maria Vittoria La Rosa, Antonio Landi, Andrea Michinelli , Nicotra Massimiliano, Vito Michele Pavese, Enrico Pelino, Enrica Priolo, Salvatore Sarzana di S. Ippolito, Marco Scialdone.

Editore: Giuffrè (2023)

Recensioni

Nessuna recensione disponibile per questo prodotto.