



STUDI PER  
LE SCIENZE  
POLITICHE

9

I PROBLEMI  
DELL' INFORMAZIONE  
NEL DIRITTO CIVILE, OGGI

STUDI IN ONORE DI  
VINCENZO CUFFARO

a cura di  
**MASSIMO  
D'AURIA**



Roma TrE-Press  
2022



Università degli Studi Roma Tre  
Dipartimento di Scienze Politiche

NELLA STESSA COLLANA

1. F. ANTONELLI (a cura di), *Working Papers in Terrorism Studies: the Present and the Future of Violent Radicalisation in Europe*, 2019
2. V. CUFFARO (a cura di), *Obsolescenza e caducità delle leggi civili*, 2019
3. C. DI MAIO, R. TORINO (a cura di), *Imprenditori senza frontiere. Le migrazioni come fattore di sviluppo*, 2020
4. C. CARLETTI, M. PAGLIUCA, *Parità ed empowerment di genere. Strumenti giuridici, programmi e politiche internazionali, regionali e nazionali*, 2020
5. A. D'ALESSANDRI, R. DINU (a cura di), *Il Sud-est europeo e le Grandi potenze. Questioni nazionali e ambizioni egemoniche dopo il Congresso di Berlino*, 2020
6. G. SANTANGELI VALENZANI, *Great Times Down South. Promozione turistica nel deep south statunitense (1976-1981)*, 2020
7. D. MEMMI, *La rivincita della carne. Saggio sui nuovi supporti dell'identità*, 2021
8. L. FOTIA (a cura di), *Discorso d'odio e politiche dell'odio tra passato e presente*, 2022

Università degli Studi Roma Tre  
Dipartimento di Scienze Politiche

---

STUDI PER  
LE SCIENZE  
POLITICHE

---

9

## I PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE NEL DIRITTO CIVILE, OGGI

STUDI IN ONORE  
DI VINCENZO CUFFARO

a cura di  
**Massimo D'Auria**



*Roma TrE-Press*

2022

La Collana editoriale “Studi per le Scienze Politiche” (‘Collana Discipol’) è stata istituita con lo scopo di valorizzare le attività di studio e ricerca che caratterizzano le aree scientifiche afferenti al Dipartimento di Scienze Politiche. Con questa Collana si intende, inoltre, condividere e sostenere scientificamente il progetto di Roma TrE-Press, che si propone di promuovere la cultura incentivando la ricerca e diffondendo la conoscenza mediante l’uso del formato digitale in *open access*.

*Direzione della Collana:*

Emilia Fiandra

*Comitato scientifico della Collana:*

Francesco Antonelli, Università degli Studi Roma Tre; Jean Bernard Auby, Sciences Po, Paris; Giorgio Caravale, Università degli Studi Roma Tre; Lilia Cavallari, Università degli Studi Roma Tre; Francesca Di Lascio, Università degli Studi Roma Tre; Don H. Doyle, University of South Carolina; Emilia Fiandra, Università degli Studi Roma Tre; Daniele Fiorentino, Università degli Studi Roma Tre; Marc Lazar, Sciences Po, Paris; Cosimo Magazzino, Università degli Studi Roma Tre; Renato Moro, Università degli Studi Roma Tre; Leopoldo Nuti, Università degli Studi Roma Tre; Barbara Pisciotta, Università degli Studi Roma Tre; Cecilia Reynaud, Università degli Studi Roma Tre; Massimo Siclari, Università degli Studi Roma Tre; Raffaele Torino, Università degli Studi Roma Tre.

Collana pubblicata nel rispetto del Codice etico adottato dal Dipartimento di Scienze Politiche dell’Università degli Studi Roma Tre, in data 15 aprile 2020.

*Coordinamento editoriale:*

Gruppo di Lavoro *Roma TrE-Press*

Elaborazione grafica della copertina: **MOSQUITO**, [mosquitoroma.it](http://mosquitoroma.it)

*Caratteri tipografici utilizzati:*

CeraBasic (copertina e frontespizio)

Adobe Garamond Pro (testo)

*Impaginazione e cura editoriale:* Colitti-Roma [colitti.it](http://colitti.it)

*Edizioni:* Roma TrE-Press ©

Roma, dicembre 2022

ISBN: 979-12-5977-129-2

<http://romatrepress.uniroma3.it>

Quest’opera è assoggettata alla disciplina *Creative Commons attribution 4.0 International License* (CC BY-NC-ND 4.0) che impone l’attribuzione della paternità dell’opera, proibisce di alterarla, trasformarla o usarla per produrre un’altra opera, e ne esclude l’uso per ricavarne un profitto commerciale.



L’attività della *Roma TrE-Press* è svolta nell’ambito della  
Fondazione Roma Tre-Education, piazza della Repubblica 10, 00185 Roma

## INDICE

MASSIMO D'AURIA, <i>Presentazione</i>	11
ANGELO BARBA, <i>“La sera andavamo in Via del Seminario”</i>	15

### PROFILI GENERALI

GUIDO ALPA, <i>La “proprietà” dei dati personali</i>	21
CARLO COLAPIETRO, <i>Libera manifestazione del pensiero, fake news e privacy, oggi</i>	41
AURELIO GENTILI, <i>Fine del diritto dell'informazione?</i>	57
ANDREA ZOPPINI, <i>L'informazione come bene</i>	69
MASSIMO FOGLIA, <i>Note sul diritto all'informazione nell'era di Internet</i>	79

### INFORMAZIONE E CONTRATTO

FRANCESCO MACARIO, <i>Gli obblighi d'informazione nel contratto</i>	99
CLAUDIO SCOGNAMIGLIO, <i>La responsabilità da informazioni inesatte</i>	115
DANIELA VALENTINO, <i>Il contraente debole tra informazione e responsabilità</i>	129
STEFANO CHERTI, <i>“Informazione pubblicitaria e responsabilità ex contractu: il caso delle garanzie commerciali nella vendita di beni di consumo</i>	135
ENRICO MINERVINI, <i>Note brevi sull'art. 35 c. cons.</i>	153
EMANUELA MOROTTI, <i>Il difficile equilibrio tra diritto di informazione e il suo contrario: confini, responsabilità e tutela del silenzio nell'attività contrattuale</i>	163
MARIA LUISA GAMBINI, <i>Riflessioni sul ruolo del contratto nell'accesso all'informazione digitale</i>	175
FRANCESCO LONGOBUCCO, <i>Doveri informativi e neoformalismo negoziale nel contratto on-chain: dalla figura del giurista tradizionale alle nuove frontiere del legal engineering</i>	201

ANDREA NERVI, *Informazione e contratto in ambito bancario e finanziario. Un itinerario ancora in fieri nell'esperienza italiana* 215

CLAUDIA GIUSTOLISI, *Brevi note in tema di Shadow Banking system e tutela dell'investitore: il problema dell'informazione* 233

ROBERTO BOCCHINI, *La concessione abusiva del credito nell'epoca post pandemica: modello predittivo o impegno umano?* 255

GAETANO DI MARTINO, *Mercati e consumatori digitali: brevi riflessioni su responsabilità e rimedi per informazioni errate o inadeguate* 289

#### INFORMAZIONE E DATI PERSONALI

VINCENZO RICCIUTO, *Il trattamento dei dati personali come nuovo fenomeno patrimoniale* 323

FRANCESCO ANTONIO GENOVESE, *Il trattamento dei dati personali su base consensuale. Ricognizioni giurisprudenziali di legittimità* 353

PAOLO GALLO, *Big data e diritto allo sfruttamento economico dei dati personali* 375

FRANCESCO SANGERMANO, *Informazione, riservatezza e dati personali. Una dialettica da ricomporre nell'unitarietà del valore della persona umana* 385

EMILIO TOSI, *Tutela della persona nella società digitale e responsabilità oggettive per illecito trattamento dei dati personali* 401

FAUSTO CAGGIA, *Cessione di dati personali per accedere al servizio digitale gratuito: il modello del "consenso rafforzato"* 417

FABIO BRAVO, *«Destinatario» dell'informazione e trattamento dei dati personali nell'evoluzione dell'ordinamento europeo* 431

GIUSEPPE VERSACI, *Consenso al trattamento dei dati personali e dark patterns tra opzionalità e condizionalità* 455

CARMINE LAZZARO, *Le colonne d'Ercole dell'informazione: l'oblio come limite invalicabile tra storia e diritto* 475

FABIO BALDUCCI ROMANO, *Il diritto di proporre reclamo: aspetti sostanziali e procedurali di uno strumento di tutela multilivello* 489

## INFORMAZIONE E MINORI

TIZIANA MONTECCHIARI, <i>Dimensione civilistica del diritto all'informazione nell'era contemporanea e tutela dei minori</i>	507
GIUSEPPE CITARELLA, ANGELO VENCHIARUTTI, <i>Diritti della personalità del minore e tutele nella rete internet</i>	527
ETTORE BATTELLI, <i>Privacy e minori: l'inadeguatezza del c.d. consenso digitale</i>	543
BENEDETTA AGOSTINELLI, <i>Informazione e minori: una lettura integrata per una tutela uniforme</i>	563
MARCO RIZZUTI, <i>Informazione genetica e diritto delle relazioni familiari: vicissitudini del favor veritatis</i>	581







## *I problemi dell'informazione nel diritto civile, oggi*

Seminario di studi in onore di Vincenzo Cuffaro

18 novembre 2021, h 14.30

Aula Magna dell'Università Roma Tre – via Ostiense 159, Roma

### *Saluti istituzionali*

Luca Pietromarchi, Magnifico Rettore dell'Università Roma Tre

Daniele Fiorentino, Direttore del Dipartimento di Scienze Politiche

*Presentazione*, Massimo D'Auria

*Moderatore* Giuseppe Grisi

Pietro Rescigno, *Apertura dei lavori*

Aurelio Gentili, *Fine del diritto dell'informazione?*

Andrea Zoppini, *L'informazione come bene giuridico*

Francesco Macario, *Obblighi di informazione nel contratto*

Daniela Valentino, *Il contraente debole tra informazione e autoreponsabilità*

Claudio Scognamiglio, *Le responsabilità da informazioni inesatte*

Francesco Antonio Genovese, *Diritto all'informazione e circolazione dei dati*

Carlo Colapietro, *Libera manifestazione del pensiero, fake news e privacy, oggi*

Vincenzo Ricciuto, *L'equivoco della privacy. Persona vs. dato personale*

*Considerazioni conclusive* di Nicolò Lipari

Comitato promotore

Benedetta Agostinelli, Angelo Barba, Andrea Barenghi, Massimo D'Auria, Antonello Spadafora

Nel rispetto delle attuali misure emergenziali per la partecipazione in presenza è richiesto il possesso del *green pass* ed è necessaria la registrazione all'indirizzo: [informazione.roma3@libero.it](mailto:informazione.roma3@libero.it)

L'evento può essere seguito anche da remoto collegandosi al seguente [link](#)



*Cessione di dati personali per accedere al servizio digitale gratuito:  
il modello del “consenso rafforzato”*

SOMMARIO: 1. La razionalità economica delle operazioni “servizio digitale gratuito contro cessione di dati personali” – 2. Il problema della validità del consenso alla cessione dei dati in una giurisprudenza della Cassazione – 3. Il requisito della libertà del consenso e l’analisi strutturale del mercato dei servizi digitali – 4. Il requisito della specificità del consenso ed i limiti della prospettiva relazionale di disciplina della fattispecie

*1. La razionalità economica delle operazioni “servizio digitale gratuito contro cessione di dati personali”*

I vantaggi che la digitalizzazione della società produce sulla condizione sociale ed economica della persona rappresentano uno degli argomenti più largamente utilizzati per affermare l’idea che l’accesso alla rete debba essere garantito alla stregua di un diritto fondamentale universalmente riconosciuto<sup>1</sup>. Pur essendovi una larga convergenza rispetto al riconoscimento dei benefici che possono venire dall’accesso alla rete e sulla circostanza che questa sia una condizione oramai essenziale per la partecipazione non solo alla vita economica ma anche alla dimensione sociale e politica di una comunità, non sono assenti le voci di chi prova contestualmente a mettere a fuoco il rovescio della medaglia di questo processo, evidenziando i rischi di dipendenza dalla rete e il potenziale aumento di condizioni di vulnerabilità determinate dalle suggestioni che possono venire dalla navigazione.

<sup>1</sup> La proposta originaria di qualificare l’accesso alla rete come diritto fondamentale si deve al contributo di M. L. BEST, *Can the Internet Be a Human Right?*, in *Human Rights & Human Welfare*, 4 (2004), pp. 23 ss., il quale radica il fondamento di questa costruzione sull’idea che la navigazione in rete è una condizione strumentale all’esercizio del diritto fondamentale all’informazione; sulla dimensione politica del tema R. SANDLER e D. CANETTI, *A Reality of Vulnerability and Dependence: Internet Access as a Human Right*, in *Israel Law Review*, 2019, pp. 77 ss.

All'interno delle molte e possibili situazioni di rischio di condizionamento o manipolazione degli utenti della rete, particolare rilievo per i problemi di disciplina, che questo fenomeno solleva, viene riconosciuto all'ipotesi di accesso ai servizi della società della informazione, che pone in dubbio se questa scelta sia accompagnata da un sufficiente grado di razionalità che permetta di valutare gli effetti economici e giuridici dell'accesso al servizio<sup>2</sup> o se essa sia il risultato del combinato disposto tra una situazione di dipendenza rispetto all'accesso ai servizi offerti dalla rete e le raffinate tecniche di orientamento della volontà del singolo che l'architettura digitale è in grado di esercitare, anche, in ipotesi, comprimendone l'autonomia<sup>3</sup>.

Questi interrogativi acquisiscono particolare sostanza con riferimento alle problematiche sollevate, per il diritto privato, dalle operazioni di fornitura di servizi di contenuto digitale che vengono offerti dalle piattaforme digitali a titolo gratuito, dove la prestazione del servizio è sottoposta a condizione che l'utente manifesti il proprio consenso alla cessione dei dati personali<sup>4</sup>. Queste operazioni vengono associate a così detti accordi di *tying*, di cui il diritto della concorrenza spesso si occupa per gli effetti discriminatori e distorsivi nel funzionamento dei mercati. Con il termine *tying arrangements* s'indica l'acquisto di un prodotto principale associato ad un prodotto secondario ad un unico prezzo, in questo modo producendo una forzatura

<sup>2</sup> Il problema della esistenza di un reale consenso nelle scelte compiute durante la navigazione in rete è oggetto di riflessione in numerosi contributi, tra cui segnaliamo il *Symposium: Privacy and Technology*, pubblicato in *Harvard Law Review*, 126 (2013), dove in particolare il contributo di D. J. SOLOVE, *Introduction: Privacy Self-Management and the Consent Dilemma* alle pp. 1880 ss.; in questa prospettiva anche N. S. KIM e D. A. JEREMY TELMAN, *Internet Giants as Quasi-Governmental Actors and the Limits of Contractual Consent*, in *Missouri Law Review*, 80 (2015), pp. 723 ss.; sull'erosione del tradizionale principio di autonomia individuale che sottende allo scambio economico W. HOFFMANN-RIEM, *Verhaltenssteuerung durch Algorithmen – Eine Herausforderung für das Recht*, in *Archiv des öffentlichen Rechts*, 142 (2017), pp. 1 ss, in part. pp. 20 ss.; in una prospettiva più generale sulla crisi del modello del soggetto razionale la discussione testimoniata nel volume curato da G. ROJAS ELGUETA e N. VARDI, *Oltre il soggetto razionale. Fallimenti cognitivi e razionalità limitata nel diritto privato*, Roma, 2014.

<sup>3</sup> Sulla funzione regolatoria esercitata dall'architettura delle piattaforme sui comportamenti dei privati A. QUARTA e G. SMORTO, *Diritto privato dei mercati digitali*, Milano, 2020; l'originaria intuizione su questo aspetto strutturale della rete lo dobbiamo, come è noto, alla riflessione di L. LESSIG, *Code and others law of cyberspace*, New York, 1999.

<sup>4</sup> Una messa a fuoco dei problemi che queste tipologie di fornitura di servizi digitali solleva per il diritto e in particolare per il regime giuridico del consenso alla cessione dei dati in G. RESTA e V. ZENO ZENCOVICH, *Volontà e consenso nella fruizione dei servizi in rete*, in *Riv. trim. dir. proc. civ.*, 2018, pp. 411 ss.; per una indagine monografica sul tema C. IRTI, *Consenso "negoziato" e circolazione dei dati personali*, Torino, 2021.

sulla volontà dei consumatori, che avrebbero acquistato solo il prodotto principale, e producendo un effetto anticoncorrenziale nei confronti delle imprese produttrici del prodotto secondario. Queste imprese subiscono l'offerta del prodotto ad un prezzo non concorrenziale e rappresentano il vero mercato verso cui è rivolta l'intera operazione<sup>5</sup>. Similmente a quanto avviene nei fenomeni di *tying arrangements*, l'offerta gratuita del servizio digitale è strategicamente costruita per ottenere un consenso alla raccolta di dati personali non necessario alla prestazione del servizio stesso. La strategia commerciale che si nasconde dietro a queste operazioni è evidente: l'interesse dell'utente del sito *internet* ad accedere al servizio trova una pronta soddisfazione a fronte della gratuità dell'offerta e tuttavia tale interesse diviene la leva negoziale per operare una raccolta di informazioni personali senza che lo stesso utente abbia reale contezza degli effetti del suo atto. Le informazioni che egli cede sono destinate ad essere scambiate, a fronte della determinazione di un prezzo, in un mercato secondario di dati, senza che il titolare stesso delle informazioni sia concretamente messo al corrente della finalità del trattamento<sup>6</sup>.

Come tutti i fenomeni che si diffondono nel mercato, pur essendo apparentemente prive di logica, anche questo tipo di operazioni rispondono ad alcune razionalità economiche che è utile fermarsi a considerare al fine di poter successivamente mettere meglio a fuoco i

<sup>5</sup> Una fattispecie di cui si afferma l'incompatibilità con il divieto sancito dall'art. 101, par. 1, lett. e) del Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea, dove si fa riferimento alle ipotesi di subordinazione della conclusione dei contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari, che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non abbiano alcun nesso con l'oggetto dei contratti stessi; per un richiamo della norma con riferimento al tema che qui ci occupa G. RESTA e V. ZENO ZENCOVICH, *Volontà e consenso nella fruizione dei servizi in rete*, cit., pp. 428 s.

<sup>6</sup> Sul processo di costruzione dei dati come beni economici M. DELMASTRO e A. NICITA, *Big data. Come stanno cambiando il nostro mondo*, Bologna, 2019, in part. pp. 23 ss.; sui profili giuridico-dogmatici e di disciplina delle operazioni servizi digitali contro dati G. RESTA, *I dati personali oggetto del contratto. Riflessioni sul coordinamento tra la direttiva (UE) 2019/770 e il Regolamento (UE) 2016/679*, in *Annuario del contratto*, 2018, pp. 125 ss.; C. PERLINGIERI, *Data as object of a contract and contract epistemology*, in *Rechte an Daten*, a cura di T. Pertot, Tübingen, 2020, pp. 207 ss.; dedica un'articolata analisi del fenomeno delle *non-monetary transactions* C. IRTI, *Consenso "negoziato" e circolazione dei dati personali*, cit., p. 61 ss.; l'idea che i dati degli utenti rappresentino la controprestazione al servizio offerto in quanto dotati di valore commerciale è ora affermata anche dalla giurisprudenza amministrativa, su cui Tar Lazio, 10 gennaio 2020, n. 260, in *Giur. it.*, 2021, pp. 320 ss.; sul tema del pagamento del servizio digitale tramite dati, da ultimo, nel dibattito tedesco T. BAUERMEISTER, *Die "Bezahlung" mit personenbezogenen Daten bei Verträgen über digitale Produkte*, in *Archiv für die civilistische Praxis*, 222 (2022), pp. 372 ss.

profili di regolamentazione, avendo particolare riguardo ai requisiti di liceità del consenso al trattamento dei dati personali, dettati da ultimo dal regolamento n. 2016/679/UE del 21 aprile 2016<sup>7</sup>.

La giustificazione economica di queste operazioni può essere compresa se analizzata all'interno della trasformazione del ruolo delle informazioni nel capitalismo digitale. In particolare, da utilità funzionali al compimento di scelte nel mercato, fondate su una simmetria informativa tra le parti dello scambio, secondo l'idea tipica che si afferma nella economia liberale classica - di cui un modello normativo può essere indicato nel regime degli obblighi precontrattuali di cui agli artt. 1337 e 1338 c.c. - le informazioni rappresentano oggi beni che entrano nella struttura delle relazioni di mercato, assumendo esse stesse un valore economico di scambio in quanto strumento utile a conoscere i gusti e gli orientamenti dei consumatori o a condizionarne le tendenze di consumo nel futuro. All'interno di questa prospettiva è evidente che con una luce diversa può essere letta l'operazione di accesso ai servizi digitali a prezzo nullo in quanto elemento di una relazione più complessa, la cui funzione è quella di favorire la circolazione delle informazioni, che una volta aggregate e profilate, vanno ad alimentare il principale mercato di riferimento, che è quello della cessione e dello scambio oneroso dei *big data*<sup>8</sup>. La seconda spiegazione logica è che le

<sup>7</sup> Il recente intervento del legislatore europeo ha riformato la materia della protezione dei dati personali e, per effetto del d. lgs., 10 agosto 2018, n. 101, ha abrogato la disciplina italiana contenuta nel d. lgs., 30 giugno 2003, n. 196, titolato *Codice in materia di protezione dei dati personali*, con particolare riferimento al profilo del consenso quale presupposto di liceità del trattamento e delle condizioni dettate ai fini di una sua valida manifestazione, che sono ora prescritte dall'art. 7 del regolamento n. 2016/679/UE; per un confronto tra disciplina italiana e nuova regolamentazione europea S. THOBANI, *I requisiti del consenso al trattamento dei dati personali*, Santarcangelo di Romagna (RN), 2016; per un commento all'art. 7 del regolamento n. 2016/679/UE F. BRAVO, *Il consenso e le altre condizioni di liceità del trattamento di dati personali*, in AA. VV., *Il nuovo Regolamento europeo sulla privacy e sulla protezione dei dati personali*, opera diretta da G. Finocchiaro, Bologna, 2017, pp. 101 ss.; volendo, anche F. CAGGIA, *Art. 7*, in *Codice della privacy e data protection*, a cura di R. D'Orazio, G. Finocchiaro, O. Pollicino e G. Resta, Milano, 2021, pp. 205 ss. e ID., *Libertà ed espressione del consenso*, in *I dati personali nel diritto europeo*, a cura di V. Cuffaro, R. D'Orazio, V. Ricciuto, Torino, 2019, pp. 249 ss.

<sup>8</sup> All'interno di questa dinamica del funzionamento dei mercati può essere letta la logica sottesa agli interventi del legislatore dell'Unione Europea che, accanto alle politiche di protezione dei soggetti, persegue i contestuali obiettivi di favorire la circolazione delle informazioni nel mercato, un bilanciamento esemplarmente compendiato nello stesso titolo del regolamento n. 2016/679/UE del 21 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati; sulla eterogeneità degli interessi oggetto di bilanciamento nel diritto europeo della protezione dei dati personali J. H. KLEMENT, *Öffentliches Interesse an*

piattaforme digitali che offrono servizi gratuiti agiscono come “mercati a due versanti o, anche detti, multidimensionali”<sup>9</sup>. Coniata negli studi economici a seguito dell’osservazione del funzionamento del mercato delle radio e delle televisioni commerciali, la formula dei “mercati a due versanti” sta ad indicare che l’offerta dei servizi resi dalla piattaforma agisce su più lati della domanda: la gratuità del servizio è destinata a favorire l’allargamento del pubblico di utenti che interagisce con la piattaforma, così come i volumi di traffico di utenza rappresentano l’offerta che quest’ultima offre al pubblico degli inserzionisti per attrarre investimenti pubblicitari che permettono di sostenere i costi del sito e ricavarne utilità. Si tratta di una dinamica che segue una precisa vettorialità e ci fornisce una ulteriore spiegazione logica del perché il mercato dei servizi digitali è prevalentemente orientato alla gratuità dell’offerta. L’obiettivo perseguito dagli operatori dei mercati digitali è quello di approdare alla condizione indicata nella teoria economica con il nome di *tipping point*, che è il punto di massa critica superato il quale la piattaforma è preferibile ad altre per gli effetti di rete che essa genera<sup>10</sup>. A questo stadio dello sviluppo si può affermare che la piattaforma non agisca più alla stregua di un operatore della rete in concorrenza con altri operatori ma, per ampiezza di utenti che riesce a raggiungere, assume i caratteri propri di un mercato autonomo, con la conseguenza di indurre alla considerazione che il capitalismo delle piattaforme digitali rappresenta un fenomeno strutturalmente anticoncorrenziale in quanto manifesta una propensione alla produzione di monopoli.

---

*Privatheit. Das europäische Datenschutzrecht zwischen Binnemarkt, Freiheit und Gemeinwohl*, in JZ, 72 (2017), pp. 161 ss.; sulla disciplina del consenso al trattamento dei dati personali come luogo paradigmatico in cui il legislatore opera tale bilanciamento, esemplarmente V. CUFFARO, *Il consenso dell’interessato*, in *La disciplina del consenso al trattamento dei dati personali*, a cura di Id. e V. Ricciuto, Torino, 1997, pp. 201 ss., in part. p. 206.

<sup>9</sup> Nell’ambito della letteratura economica su questo tema il rinvio è d’obbligo a J. C. ROCHET e J. TIROLE, *Platform Competition in Two-Sided Markets*, in *Journal of the European Economic Association*, 1 (2003), pp. 990 ss.; per una descrizione del funzionamento di questi mercati anche G. RESTA e V. ZENO ZENCOVICH, *Volontà e consenso nella fruizione dei servizi in rete*, cit., pp. 414 s.

<sup>10</sup> Un’analisi di questo fenomeno e sui suoi effetti nel funzionamento del mercato M. DELMASTRO e A. NICITA, *Big data. Come stanno cambiando il nostro mondo*, cit., pp. 58 ss.



## 2. Il problema della validità del consenso alla cessione dei dati in una giurisprudenza della Cassazione

Un contributo all'elaborazione di un modello di disciplina di queste prassi negoziali, orientato a porre la persona nelle condizioni di accettare il servizio digitale gratuito avendo contezza degli effetti prodotti dal suo consenso, viene da una sentenza della Corte di Cassazione del 2018, che è intervenuta a margine di una vicenda che vedeva coinvolte l'Autorità garante per la protezione dei dati personali e una società commerciale proprietaria di un sito *internet* di consulenza fiscale<sup>11</sup>. Accadeva che la società commerciale *Ad Spray s.r.l.* forniva, per il tramite di un portale di sua proprietà, un servizio gratuito di *newsletter* avente ad oggetto tematiche legate alla finanza, al fisco e al lavoro. La ricezione della *newsletter* era condizionata all'iscrizione al servizio da parte dell'utente attraverso l'inserimento delle proprie generalità e di un indirizzo di posta elettronica in un modulo digitale di iscrizione appositamente inserito nel sito. In calce al modulo era indicata una casella di spunta ai fini della manifestazione del consenso al trattamento dei dati personali, affiancata dalla presenza di un *link* ipertestuale che, una volta cliccato, permetteva di prendere visione dell'informativa sulla *privacy* e delle finalità per cui per le informazioni personali venivano raccolte, tra cui era indicato genericamente l'uso di tali informazioni per l'invio di comunicazioni promozionali e commerciali da parte di terzi.

L'architettura del sito di proprietà della società offerente il servizio di *newsletter* implicava la manifestazione del consenso come atto ineludibile ai fini dell'accesso al servizio. In particolare, la mancata selezione della casella di spunta si traduceva in un impedimento all'invio del modulo di iscrizione alla *newsletter*, che si formalizzava nella pubblicazione sullo schermo del messaggio con l'avviso che il consenso era necessario ai fini del completamento del percorso di iscrizione al servizio. Una volta operata l'iscrizione con successo, ed avendo quindi accettato di adempiere a tale condizione, gli utenti iniziavano a ricevere messaggi di posta elettronica di natura promozionale su tematiche che non avevano alcun legame con gli ambiti del fisco, finanza, lavoro e diritto, temi originariamente trattati dal sito consultato. Registrato l'aumento di flusso di messaggi non graditi nella propria casella di posta elettronica, un iscritto alla *newsletter* ricorre davanti

---

<sup>11</sup> Il riferimento è a Cass., 2 luglio 2018, n. 17278, pubblicata in *Giur. it.*, 2019, pp. 530 ss., con nota di commento di S. THOBANI, *Operazioni di tying e libertà di consenso*; per un commento anche F. BRAVO, *Lo "scambio di dati personali" nei contratti di fornitura di servizi digitali e il consenso dell'interessato tra autorizzazione e contratto*, in *Contr. impr.*, 2019, pp. 34 ss.

al Garante per la protezione dei dati personali contestando la liceità della raccolta in ragione della violazione dei requisiti di libertà e di specificità del consenso, prescritti, ai fini della legittimità del trattamento, dall'art. 23 del *Codice in materia di protezione dei dati personali* del 2003, che all'epoca dei fatti disciplinava il trattamento di dati personali<sup>12</sup>. Pur essendo stato sollevato il tema della validità del consenso, nel decidere il ricorso la Cassazione ha argomentato toccando profili diversi della protezione dei dati personali, che investono sia il tema della declinazione dei requisiti della manifestazione di volontà sia il profilo dell'inquadramento delle operazioni che hanno ad oggetto lo scambio tra servizi digitali e dati personali<sup>13</sup>.

### 3. *Il requisito della libertà del consenso e l'analisi strutturale del mercato dei servizi digitali*

I giudici di legittimità muovono la loro decisione dal considerare il tema della disciplina del consenso, rimarcandone la centralità della regola nelle diverse fonti intervenute nel tempo a disciplinare la protezione e la circolazione dei dati personali. La regola del consenso è una condizione necessaria ai fini della legittimità del trattamento alla luce del contenuto dell'art. 23 del *Codice in materia di protezione dei dati personali* del 2003; tale condizione è affermata anche a livello di diritto europeo, prima, nell'art. 2, lett. h) della direttiva 95/46/CE ed ora anche nel regolamento

<sup>12</sup> Per una ricostruzione della disciplina dei requisiti del consenso, contenuta nell'art. 23 del *Codice in materia di protezione dei dati personali* del 2003, S. M. MELONI, *Il trattamento dei dati da parte dei soggetti privati: la disciplina del consenso*, in AA. Vv., *Il codice del trattamento dei dati personali*, a cura di V. Cuffaro, R. D'Orazio e V. Ricciuto, Giappichelli, Torino, 2007, pp. 197 ss.; S. MAZZAMUTO, *Il principio del consenso e il problema della revoca*, in AA. Vv., *Libera circolazione e protezione dei dati personali*, a cura di R. Panetta, Giuffrè, Milano, 2006, pp. 993 ss.

<sup>13</sup> La manifestazione di volontà a cedere i dati personali e l'accesso al servizio digitale non sono soltanto due momenti strutturali diversi, che tendono a convergere in un unico schema negoziale, essi rispondono a logiche diverse sotto il profilo degli interessi coinvolti, logiche diverse che trovano espressione in due distinti impianti normativi, come la direttiva n. 2019/770/UE del 20 maggio 2019, relativa a determinati aspetti dei contratti di fornitura di contenuto digitale e di servizi digitali, recepita dal d. lgs. 4 novembre 2021, n. 173, e il regolamento n. 2016/679/UE, 21 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati, su cui per un tentativo di lettura unitaria, G. RESTA, *I dati personali oggetto del contratto. Riflessioni sul coordinamento tra la direttiva (UE) 2019/770 e il Regolamento (UE) 2016/679*, cit., pp. 128 ss.

n. 2016/679/UE, sia nelle definizioni di cui all'art. 1 sia nella disciplina degli artt. 6 e 7, specificatamente destinata ai presupposti di liceità del trattamento e alle condizioni del consenso. Da queste norme, è possibile ricavare una serie di requisiti dell'atto che ne qualificano, in termini peculiari, funzione di protezione e natura giuridica. Un primo aspetto della regola del consenso, messo in evidenza dai giudici, è che nelle diverse norme di disciplina della protezione dei dati essa è sempre accompagnata dalla previsione dei predicati di libertà e specificità. L'interrogativo cui i giudici provano a dare risposta consiste nel domandarsi cosa intenda il legislatore quando richiede esplicitamente che il consenso dev'essere libero, dal momento che non esiste un consenso se esso non è liberamente manifestato. A meno che non si voglia pensare che la previsione sia un mero orpello retorico che nulla aggiunge sul piano prescrittivo alla previsione del consenso, appare più coerente sostenere che, anche alla luce della natura degli interessi in gioco nell'attività di raccolta delle informazioni personali, il legislatore abbia voluto operare una demarcazione concettuale tra l'atto di autodeterminazione informativa e il consenso richiesto per fini negoziali, i cui requisiti di validità sono dettati nel libro IV del codice civile<sup>14</sup>. Se, infatti, nel consenso negoziale la soglia di validità è fissata nei limiti della presenza della capacità di intendere e di volere nel soggetto che lo esprime e nel non essere viziato da errore, violenza e dolo, come richiesto dagli artt. 1425 ss. c.c., ovvero, in determinati frangenti, coartato dalla condizione di pericolo (art. 1447 c.c.) o dallo stato di bisogno (art. 1448 c.c.), in cui il soggetto viene a trovarsi, diversi appaiono i presidi di validità del consenso manifestato ai fini dell'autodeterminazione informativa. I giudici di Cassazione avvertono, infatti, che sul piano delle scelte di regolamentazione sia forte la consapevolezza del legislatore che si debba garantire un "consenso rafforzato" al fine di rimediare alla situazione di intrinseca debolezza del soggetto titolare sia rispetto al profilo di evidente asimmetria informativa in cui esso si trova sia per proteggerlo contro possibili tecniche commerciali aggressive o suggestive. Sottratto ad una possibile collocazione all'interno della categoria del consenso negoziale, esso deve invece essere ricondotto al genere del "consenso informato", già oggetto di particolare protezione da parte dell'ordinamento ed impiegato in altri settori, come il campo delle prestazioni mediche<sup>15</sup>. Nell'autodeterminazione informativa il consenso non

---

<sup>14</sup> In dottrina per questa lettura ricostruttiva del requisito di libertà del consenso, ora previsto dall'art. 7 del regolamento n. 2016/679/UE e già presente nell'art. 23 del *Codice in materia di protezione dei dati personali* del 2003, G. RESTA e V. ZENO ZENCOVICH, *Volontà e consenso nella fruizione dei servizi in rete*, cit., pp. 425 ss.

<sup>15</sup> In prospettiva generale il modello del consenso come strumento per l'esercizio del potere

ammette compressioni di alcun genere, così come non sopporta di essere sia pure marginalmente perturbato non solo per effetto di errore, violenza o dolo ma anche per effetto dell'intero ventaglio di possibili disorientamenti, stratagemmi, opacità o sotterfugi utilizzati dal titolare del trattamento<sup>16</sup>.

All'interno dello spettro ampio di stratagemmi che possono produrre perturbamenti nella formazione del consenso, secondo i giudici di legittimità può essere collocata l'ipotesi in cui la volontà di cedere le proprie informazioni ad altri sia determinata dalla circostanza che essa costituisca una condizione necessaria per accedere ad un servizio digitale. Strutturata nei termini detti, la raccolta del consenso solleva dubbi circa la sua conformità al modello legale del "consenso libero", dettato dalla disciplina della protezione dei dati personali.

Che questo tipo di operazioni ponga una serie di problemi dal punto di vista della validità del consenso è una questione già oggetto di attenzione da parte del legislatore del regolamento n. 2016/679/UE. L'art. 7, par. 4, del regolamento europeo prevede che "nel valutare se il consenso sia stato liberamente prestato, si tiene nella massima considerazione l'eventualità, tra le altre, che l'esecuzione di un contratto, compresa la prestazione di un servizio, sia condizionata alla prestazione del consenso al trattamento di dati personali non necessario all'esecuzione di tale contratto". Sebbene la regola non sia il prodotto originario del legislatore europeo, avendo conosciuto un primo momento di affermazione nelle decisioni delle autorità garanti dei diversi ordinamenti nazionali<sup>17</sup>, essa introduce, tuttavia, una novità importante per il diritto dei dati personali in quanto sposta il giudizio sull'esistenza di un consenso libero da un livello astratto di valutazione ad

---

di autodeterminazione nell'ambito delle scelte bioetiche è messo a fuoco da G. MARINI, *Il consenso*, in *Trattato di biodiritto*, diretto da S. Rodotà e P. Zatti, vol. Ambito e fonti del biodiritto, a cura di S. Rodotà e M. Tallacchini, Milano, 2020, pp. 361 ss.

<sup>16</sup> In questo senso Cass., 2 luglio 2018, n. 1728, cit., p. 532; per una ricostruzione dei vizi del consenso in una prospettiva che valica la disciplina delle invalidità negoziali di cui agli artt. 1425 ss. per considerare anche le nuove forme di turbativa della formazione della volontà previste dalla legislazione speciale A. GENTILI e V. CINTIO, *I nuovi "vizi del consenso"*, in *Cont. imp.*, 2018, pp. 148 ss.

<sup>17</sup> In questo senso sono esemplari alcune decisioni del Garante italiano alla protezione dei dati personali che ha fatto applicazione della regola in alcuni trattamenti di informazioni in cui la manifestazione del consenso era posta come condizione necessaria, contrattualmente o anche imposta per via di fatto, ai fini dell'accesso a siti internet o servizi digitali; tra cui GPDP, 8 settembre 1997, doc. web N. 1055101; GPDP, 13 gennaio 2000, doc. web n. 30911; GPDP, 21 luglio 2013, n. 330, doc. web 2542348; una rassegna delle decisioni anche straniere di autorità amministrative indipendenti S. THOBANI, *La libertà del consenso al trattamento dei dati personali e lo sfruttamento economico dei diritti della personalità*, in *Eur. dir. priv.*, 2016, pp. 513 ss.

un terreno di verifica che guardi alla struttura della relazione tra soggetto che manifesta il consenso e titolare del trattamento dei dati personali<sup>18</sup>.

La prospettiva dell'analisi strutturale della relazione è percorsa dalla sentenza richiamata in modo coerente con la *ratio* della norma. I giudici di legittimità affermano infatti che la circostanza che un consenso alla cessione dei dati sia stato necessariamente manifestato per accedere ad un servizio non è detto che sia per forza coartato e quindi privo del requisito di libertà richiesto. Per approdare ad un giudizio di invalidità del consenso in quanto viziato rispetto alla sua spontanea manifestazione, occorre che concorrano anche altri fattori ricavabili dall'osservazione del mercato in cui il servizio offerto si colloca. In particolare, questi fattori coincidono con i caratteri di infungibilità e irrinunciabilità del servizio che, associati all'elemento del consenso quale condizione da soddisfare per ricevere la prestazione, inficiano irrimediabilmente la manifestazione di volontà determinandone l'invalidità. Al tipo di servizio della società dell'informazione offerto dal sito di consulenza fiscale nella vicenda in esame, che, ricordiamo, aveva ad oggetto l'invio di *newsletter* periodiche, sembrano mancare questi caratteri in quanto l'offerta del servizio riguardava la somministrazione di informazioni, agevolmente acquisibili per altra via, ora accedendo a servizi a pagamento ora tramite il ricorso all'editoria cartacea, sottraendosi così all'oneroso sacrificio della cessione dei propri dati<sup>19</sup>.

#### *4. Il requisito della specificità del consenso ed i limiti della prospettiva relazionale di disciplina della fattispecie*

Se il consenso manifestato per accedere al servizio digitale, cedendo i propri dati personali, sembra superare positivamente il vaglio circa la presenza del requisito di libertà, agli occhi della Cassazione più problematico appare il soddisfacimento dell'altra condizione posta dal diritto ai fini di

---

<sup>18</sup> Una ricostruzione del significato della regola nei termini indicati nel testo in G. RESTA e V. ZENO ZENCOVICH, *Volontà e consenso nella fruizione dei servizi in rete*, cit., pp. 426 ss.; in questo senso sia consentito anche richiamare F. CAGGIA, Art. 7, cit., p. 221; per una ricostruzione della regola anche C. IRTI, *Consenso "negoziato" e circolazione dei dati personali*, cit., p. 90 ss.

<sup>19</sup> Nel senso che la verifica di caratteri d'infungibilità ed irrinunciabilità del servizio offerto debba essere condotta alla luce della struttura del segmento di mercato in cui esso si riferisce G. RESTA e V. ZENO ZENCOVICH, *Volontà e consenso nella fruizione dei servizi in rete*, cit., p. 432.

un trattamento legittimo, che coincide con la presenza del requisito della specificità<sup>20</sup>. Il soddisfacimento di questo requisito ai fini della legittimità del trattamento presuppone che la volontà del soggetto si sia formata su un idoneo contenuto di informazioni preventivamente ricevute dal titolare del trattamento, che permetta di avere una rappresentazione completa sia dei contenuti della relazione che si istituisce con la cessione dei dati sia in merito alle diverse finalità in cui essi sono destinati. A tale proposito è utile ricordare che sia l'art. 23 del *Codice in materia di protezione dei dati personali* sia gli artt. 13 e 14 del regolamento n. 2016/679/UE prevedono che il dovere di informazione si compone di due diverse tipologie di informazioni, di cui le prime hanno la funzione di richiamare l'attenzione sui diritti esercitabili da chi cede i dati personali e sulle modalità di esercizio anche tramite l'indicazione delle informazioni di contatto del titolare del trattamento; la seconda tipologia di informazioni ha invece ad oggetto l'uso che il titolare del trattamento fa dei dati raccolti e serve quindi a circoscrivere l'oggetto del consenso<sup>21</sup>.

Secondo il ragionamento sviluppato dalla Corte di Cassazione, la garanzia della specificità del consenso è, in particolare, soddisfatta sul presupposto che il dovere di informazione deve essere adempiuto somministrando un contenuto quanto più possibile dettagliato di elementi che permettano di chiarire le singole finalità della raccolta e del trattamento, anche richiedendo consensi diversi per ogni singolo ambito di applicazione dei dati<sup>22</sup>.

<sup>20</sup> Il significato funzionale della specificità del consenso, secondo S. THOBANI, *Operazioni di tying e libertà di consenso*, cit., p. 538, dev'essere interpretato alla luce degli interessi individuali tutelati dalla disciplina del trattamento dei dati personali, che coincidono con la tutela preventiva del singolo finalizzata a garantirne la consapevolezza, e degli interessi generali legati alla trasparenza delle operazioni di trattamento, affinché i consumatori siano consapevoli del reale "prezzo" corrisposto per accedere a determinati servizi, e all'interesse della collettività di esercitare un controllo sulla raccolta e sulla concentrazione dei dati e sorvegliare ed arginare così il potere dei titolari.

<sup>21</sup> Sulla funzione dell'informazione di delimitare l'oggetto del consenso V. CUFFARO, *Il consenso dell'interessato*, in *La disciplina del trattamento dei dati personali*, cit., in part. p. 222; in generale sulla funzione di regolazione che il dovere di informazione esercita sul contenuto della relazione tra soggetto e titolare del trattamento G. COMANDÈ, sub *Art. 11, 12*, in *La tutela dei dati personali. Commentario alla l. n. 675/1996*, a cura di E. Giannantonio e V. Zeno Zencovich, Padova, 1999, pp. 113 ss., in part. p. 138.

<sup>22</sup> In questo modo rafforzando la granularità del consenso, che è garanzia di maggiore ponderatezza delle scelte coinvolte, su cui si è in passato manifestata l'opinione dell'Autorità Garante per Protezione dei Dati Personali, *Linee guida in materia di attività promozionale e contrasto allo spam*, in Registro dei provvedimenti 4 luglio 2013, n. 330; in dottrina sull'opportunità di adottare questa pratica di manifestazione del consenso S. THOBANI, *I requisiti del consenso al trattamento dei dati personali*, cit., pp. 71 ss.; G. RESTA e V. ZENO

Sebbene condizione necessaria ai fini della legittimità del trattamento, il presupposto della granularità del consenso, e cioè che esso sia distintamente manifestato per ogni singola finalità della raccolta, non è tuttavia sufficiente a garantire la formazione di una volontà consapevole. A tale proposito i giudici introducono un altro criterio finalizzato alla realizzazione del modello legale della regola del consenso, che cade, non più sull'oggetto dell'atto di volontà, ma sulla sua manifestazione. Il presupposto richiesto nella modalità di manifestazione è che il consenso sia espresso in modo inequivocabile e che tale carattere sia desumibile dalla stessa architettura del sito. In particolare, le informazioni sulle finalità del trattamento devono essere fornite in modo completo, anche se sintetico, e riportate nella stessa pagina del sito cui è presente la casella di spunta del consenso o, in alternativa, riprodotte in una pagina diversa, linkata sulla prima, dove dev'essere inserita una seconda casella di spunta che svolga la funzione di documentare la lettura delle informazioni sul trattamento da parte dell'utente<sup>23</sup>. In questo modo, sarebbero soddisfatte tutte le condizioni necessarie a garantire la libertà del soggetto di accedere al servizio digitale acconsentendo di pagare il "prezzo" della cessione dei propri dati, dal momento che, secondo l'opinione della Cassazione, questo scambio non è vietato dall'ordinamento ma quest'ultimo richiede che esso sia fondato su un consenso pieno, in alcun modo coartato e manifestato in condizioni di assoluta trasparenza.

Pur salutando positivamente la soluzione adottata dai giudici, che rappresenta un tassello significativo della riflessione ricostruttiva della teoria del consenso e dell'inquadramento delle operazioni servizi digitali contro dati personali, non può non formularsi l'interrogativo circa la reale efficacia di un modello di soluzione che affida il regime del consenso all'incrocio tra riaffermazione del valore dei doveri di informazione prodromici alla raccolta dei dati e formalismo dell'atto affidato agli strumenti del linguaggio informatico e all'architettura delle piattaforme. Sono due, le possibili obiezioni critiche che si possono avanzare. In primo luogo, ci si può domandare se il ricorso a pagine linkate sui siti, dove riportare le

---

ZENCOVICH, *Volontà e consenso nella fruizione dei servizi in rete*, cit., p. 434.

<sup>23</sup> La soluzione indicata dalla Cassazione, che recepisce le indicazioni fornite a livello europeo sulla corretta applicazione del regolamento n. 2016/679/UE dall'Art. 29 Working Party, *Guidelines on transparency under Regulation 2016/679*, 17/EN WP260, par. 30, presenta il limite di rappresentare un rimedio formale che non garantisce sulla concreta lettura e comprensione dell'informazione da parte dell'utente e tuttavia rappresenta un conferma che il diritto si preoccupa di apprestare tutte le condizioni affinché sia favorita la somministrazione di queste informazioni e definita una struttura regolatoria all'interno della quale il consenso si considera come consapevolmente prestato, su cui S. THOBANI, *Operazioni di tying e libertà di consenso*, cit., p. 538.

informazioni sui diritti della persona che naviga in rete e sulle finalità del trattamento, così come caselle di spunta, finalizzate alla documentazione del consenso informato, rappresentino uno strumento efficace, che rafforza il potere del singolo nell'esercizio dell'autodeterminazione informativa<sup>24</sup>. La seconda obiezione coincide con la considerazione già da altri formulata nel senso di porre in dubbio che la tutela del soggetto debole nella rete digitale possa atteggiarsi con le stesse caratteristiche della prospettiva tradizionale della relazione orizzontale che si costituisce tra soggetti che agiscono nel mercato<sup>25</sup>. Nella dimensione dell'economia digitale, l'esercizio del potere dei privati di costituire relazioni giuridiche è fonte non tanto di singoli rapporti squilibrati ma di risultati inquadrabili in un generalizzato processo di riduzione delle sfere di libertà individuali e collettive e di produzione di nuove e più sofisticate forme di discriminazione<sup>26</sup>.

---

<sup>24</sup> I dubbi sono sollevati in particolare da B. J. KOOPS, *The trouble with European data protection law*, in *International Data Privacy Law*, 4 (2014), pp. 250 ss., in part. p. 252; sui problemi cognitivi e sulla reale capacità della persona di comprendere gli effetti delle sue azioni in rete J. D. SOLOVE, *Introduction: Privacy Self-Management and the Consent Dilemma*, cit., pp. 1882 ss.

<sup>25</sup> In questo senso le considerazioni sviluppate da F. MEZZANOTTE, *I poteri privati nell'odierno «diritto dello sviluppo economico»*, in *Pol. dir.*, 2018, pp. 507 ss., in part. pp. 516 ss.

<sup>26</sup> Una prospettiva in passato già lucidamente indicata da S. RODOTÀ, *Protezione dei dati personali e circolazione delle informazioni*, in *Riv. crit. dir. priv.*, 1984, pp. 762 ss., ed ora rimeditata da S. THOBANI, *I requisiti del consenso al trattamento dei dati personali*, cit., p. 53 e F. MEZZANOTTE, *I poteri privati nell'odierno «diritto dello sviluppo economico»*, cit., p. 519.