

SENATO DELLA REPUBBLICA

————— XIV LEGISLATURA —————

N. 344

ATTO DEL GOVERNO

SOTTOPOSTO A PARERE PARLAMENTARE

Schema di codice di autoregolamentazione in materia di attuazione del principio del pluralismo presentato dalle organizzazioni rappresentative delle emittenti radiofoniche e televisive locali

(Parere ai sensi dell'articolo 11-quater, comma 2, della legge 22 febbraio 2000, n. 28, come introdotto dalla legge 6 novembre 2003, n. 313)

(Trasmesso alla Presidenza del Senato il 10 dicembre 2003 e il 16 febbraio 2004)

- f) per “propaganda politica”, le forme di comunicazione politica a pagamento trasmesse dalle emittenti locali al di fuori dei periodi di cui alla precedente lettera e);

ARTICOLO 3

Programmi di informazione

I programmi di informazione, sulla base dei principi enunciati dall'articolo 11 quater della legge 22 febbraio 2000, n. 28 come modificata dalla legge 6 novembre 2003, n.313, devono garantire il pluralismo, attraverso la parità di trattamento, l'obiettività, l'imparzialità e l'equità nella trasmissione sia di programmi di informazione,⁴ nel rispetto della libertà di informazione, sia di programmi di comunicazione politica.

Resta comunque salva per l'emittente la libertà di commento e di critica, che, in chiara distinzione tra informazione e opinione, salvaguardi comunque il rispetto delle persone.

Inoltre le emittenti locali a carattere comunitario di cui all'art. 16, comma 5 della legge 6 agosto 1990 n. 223 e all'art.1, comma 1, lettera F della deliberazione 1° dicembre 1998, n. 78 della Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni possono esprimere i principi di cui sono portatrici, tra quelli indicati da dette norme.

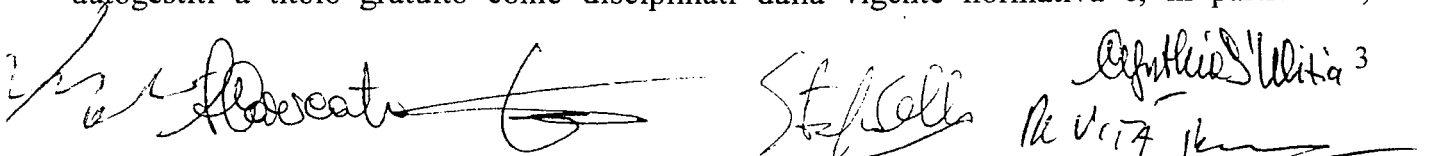
Ai conduttori dei programmi di informazione delle emittenti locali, nei periodi elettorali, è comunque vietato formulare nel corso delle trasmissioni dichiarazioni di voto.

ARTICOLO 4

Propaganda e messaggi politici autogestiti

1. Nel periodo di cui all'art. 2, lettera E le emittenti locali possono trasmettere le forme di propaganda elettorale a pagamento come disciplinate dal successivo articolo 5 del presente codice di autoregolamentazione.

Nello stesso periodo le emittenti locali possono inoltre trasmettere messaggi politici autogestiti a titolo gratuito come disciplinati dalla vigente normativa e, in particolare,



dall'art. 4, commi 3 e 5 della legge 22 febbraio 2000, n. 28, come modificata dalla legge 6 novembre 2003, n.313.

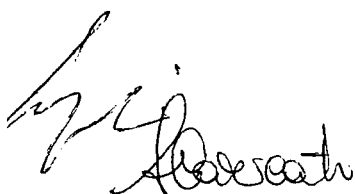
2. Nel periodo di cui all'art. 2, lettera F, le emittenti locali possono trasmettere esclusivamente le forme di propaganda politica a pagamento come disciplinate dal successivo articolo 6 del presente codice di autoregolamentazione.

ARTICOLO 5


Disciplina della propaganda elettorale.

1. Entro il decimo giorno dalla convocazione dei comizi elettorali, le emittenti locali che intendono diffondere propaganda elettorale a pagamento fino a tutto il penultimo giorno antecedente la consultazione elettorale rendono pubblico il loro intendimento mediante un avviso da trasmettere almeno una volta e con adeguato rilievo, nella fascia oraria di maggiore ascolto. Nell'avviso le emittenti locali informano i soggetti politici che presso la propria sede, della quale viene indicato l'indirizzo, il numero telefonico e di fax, è depositato un documento, consultabile su richiesta da chiunque ne abbia interesse, concernente:

- a) le condizioni temporali di prenotazione degli spazi di propaganda elettorale con l'indicazione del termine ultimo entro il quale gli spazi medesimi possono essere prenotati. Per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale devono essere praticate condizioni uniformi, anche economiche, a tutti i soggetti politici;
- b) le modalità di prenotazione degli spazi;
- c) le tariffe per l'accesso a tali spazi quali autonomamente determinate da ogni singola emittente locale;
- d) ogni eventuale ulteriore circostanza od elemento tecnico rilevante per la fruizione degli spazi.



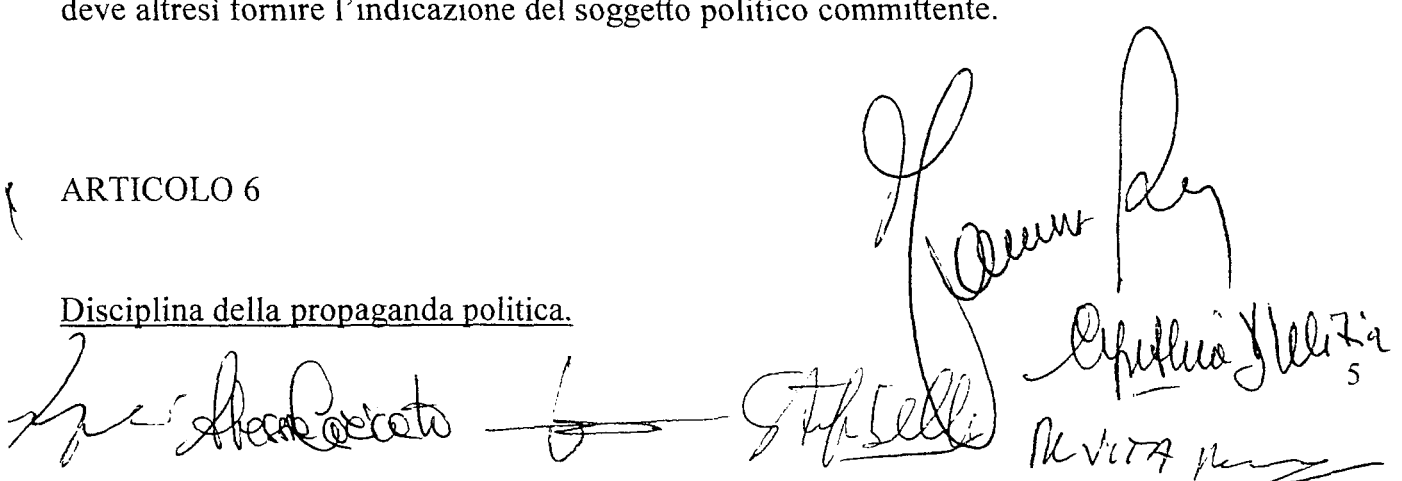



Deputato
Deputato

2. Ciascuna emittente locale deve tener conto delle prenotazioni in base alla loro progressione temporale.
3. Le emittenti locali non possono stipulare contratti per la cessione di spazi di propaganda elettorale a pagamento per i singoli candidati per importi superiori a quelli previsti dalla normativa in materia di spese elettorali ammesse per ciascun candidato.
4. Devono essere riconosciute, ai soggetti politici richiedenti gli spazi per la propaganda elettorale, le condizioni di miglior favore praticate ad uno di essi per gli spazi acquistati.
5. Ciascuna emittente locale è tenuta a praticare, per gli spazi di propaganda elettorale a pagamento, una tariffa massima non superiore al 70% del listino di pubblicità tabellare. I soggetti politici interessati possono richiedere di verificare in modo documentale i listini tabellari in relazione ai quali sono state determinate le condizioni praticate per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale a pagamento.
6. Nel caso di diffusioni di spazi di propaganda elettorale differenziati per diverse aree territoriali, dovranno essere indicate anche le tariffe praticate per ogni area territoriale.
7. La messa in onda dell'avviso di cui al comma 1 costituisce condizione essenziale per la diffusione della propaganda elettorale a pagamento. In caso di mancato rispetto del termine a tal fine stabilito nel comma 1, la diffusione della propaganda elettorale a pagamento può avere comunque inizio dal secondo giorno successivo a quello di messa in onda dell'avviso.
8. La propaganda elettorale a pagamento deve essere preceduta da un annuncio in audio o video del seguente testuale contenuto: "Propaganda elettorale a pagamento". L'annuncio deve altresì fornire l'indicazione del soggetto politico committente.

ARTICOLO 6

Disciplina della propaganda politica.



1. Dal giorno successivo a quello di ogni consultazione elettorale o referendaria fino al trentunesimo giorno antecedente ulteriori consultazioni elettorali o referendarie, le emittenti locali possono diffondere propaganda politica, alla quale si applicano le disposizioni previste dall'articolo 5, commi 4, 5 e 6 del presente codice di autoregolamentazione. Per l'accesso agli spazi devono essere praticate condizioni uniformi, anche economiche, a tutti i soggetti politici.

2. La propaganda politica deve essere preceduta da un annuncio in audio o video del seguente testuale contenuto: "*propaganda politica a pagamento*". L'annuncio deve altresì fornire l'indicazione del soggetto politico committente.

ARTICOLO 7

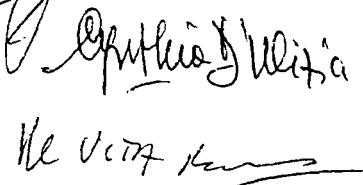
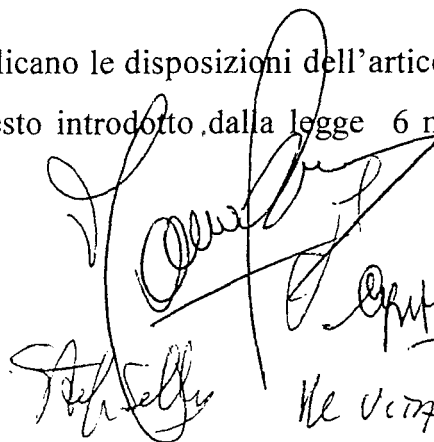
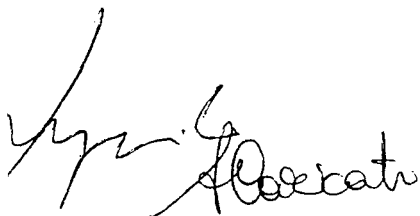
Trasmissioni in contemporanea

Le emittenti locali che effettuano trasmissioni in contemporanea con una copertura complessiva coincidente con quella legislativamente prevista per un'emittente nazionale sono disciplinate dal presente codice di autoregolamentazione esclusivamente per le ore di trasmissione non in contemporanea.

ARTICOLO 8

Sanzioni

4 Per le violazioni del presente codice si applicano le disposizioni dell'articolo 11 – quinquies della legge 22 febbraio 2000, n. 28 nel testo introdotto dalla legge 6 novembre 2003, n. 313.



G.R.I.
GRUPPO RADIOTELEVISIVO INDIPENDENTE

Via Francesco Volpe nr.2

75100 MATERA

Tel.0835335701 - fax 0835335801

Email: gierrei@tiscali.it - sito web: www.gierrei.com

Inviata via fax allo06 6794706 Senatore Baldini

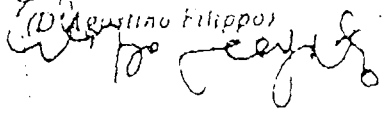
Al Preg.mo Sottosegretario di Stato
alle Comunicazioni
Senatore Massimo Baldini
Largo Pietro di Brazzà 86
00187 Roma

Oggetto : Codice delle autoregolamentazioni Radio locali e par condicio

Ho appreso dall'Ing. Antonio Diomede - al quale era stata affidata mia delega del 19/01/03 alla firma per quanto concerne l'argomento in oggetto - che per cause burocratiche non è stato possibile accettare tale documento e che pertanto occorreva sostituirlo con dichiarazione a norma di legge.

A tal uopo allego alla presente dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà con allegata copia fotostatica del documento di riconoscimento unitamente a numero 6 (sei) fogli regolarmente controfirmati attestanti l'adesione del GRI (Gruppo Radiotelevisivo Indipendente) - dal sottoscritto rappresentato - alla presentazione del " Codice di autoregolamentazione redatto ai sensi dell'art. 11 quater, comma 2 della legge 22 febbraio 2000, nr.28 introdotto dalla legge 6 novembre 2003, nr.313.

Con la preghiera di farmi conoscere (anche telefonicamente) con cortese ed utile urgenza - la eventuale occorrenza di altra certificazione aggiuntiva al fine di formalizzare ufficialmente quanto formalizzato, passo a ben distintamente salutare.

GRI
GRUPPO RADIOTELEVISIONE INDIPENDENTE
IL PRESIDENTE
(D'Agostino Filippo)


Matera, 23/11/03

Cell. diretto 3334764095

Dichiarazione Sostitutiva di Atto di Notorietà

(Art. 47 D.P.R. 445 del 28.12.2000)

Il sottoscritto FILIPPO D'AGOSTINO nato a MISSANELLO (PZ) il 13/12/1946 ai sensi ed effetti di cui agli art. 47 D.P.R. 445 del 28.12.2000, (*) (riferimento alla domanda: CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE SOTTOINDICATO)

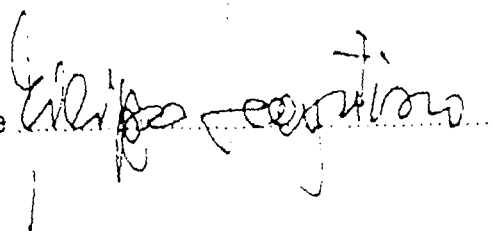
è consapevole che in caso di dichiarazione mendace sarà punito ai sensi del Codice Penale secondo quanto prescritto dall'art. 76 del succitato D.P.R. 445/2000 e che, inoltre, qualora dal controllo effettuato emerga la non veridicità del contenuto di taluna delle dichiarazioni rese, decadrà dai benefici conseguenti al provvedimento eventualmente emanato sulla base della dichiarazione non veritiera (art. 75 D.P.R. 445/2000).
E' informato ed autorizza la raccolta dei dati per l'emanazione del provvedimento amministrativo ai sensi dell' art. 10 della L. 675/96 e

DICHIARA CHE

ACCETTA PER CONTO DEL GRI - GRUPPO RADIOTELEVISIVO INDIPENDENTE IL CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE REDATTO AI SENSI DELL'ART 11 QUATER, COMMA 2 DELLA LEGGE 22 FEBBRAIO 2000, NR.28 INTERODOTTO DALLA LEGGE 6 NOVEMBRE 2003, NR.313 E CHE LA FIRMA APPOSTA SULLE 6 PAGINE ALLEGATE DEL CODICE STESSO È LA PROPPRIA

Li. 23 Novembre 2003

Il Dichiarante



*) La presente dichiarazione è contestuale all'istanza
ACCETTAZIONE CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE ART. 11 QUATER (DPR 445/2000)
volta in data 23 NOVEMBRE 2003
MINISTERO DELLE COMUNICAZIONI
LEGGI 22 FEBBRAIO 2000 NR. 28
INTERODOTTO DALLA LEGGE 6 NOVEMBRE
2003 NR. 313
(specificare l'Amministrazione destinataria dell'istanza)

pertanto ai sensi dell'art. 38 D.P.R. 445/2000, le modalità di invio o presentazione sono:

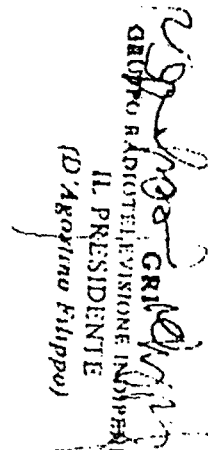
- via fax o mezzo posta, tramite un incaricato, allegando copia fotostatica del documento di riconoscimento;
- con strumenti telematici se sottoscritta mediante firma digitale o con l'uso della

SCHEMA DI CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE
REDATTO AI SENSI DELL'ART. 11 QUATER, COMMA 2
DELLA LEGGE 22 FEBBRAIO 2000, N. 28 INTRODOTTO
DALLA LEGGE 6 NOVEMBRE 2003, N. 313

Le associazioni di categoria delle emittenti televisive locali

nonché

le associazioni di categoria delle emittenti radiofoniche locali


GRILLO
IL PRESIDENTE
DEL GRUPPO RADIO TELEVISIONE INDIPENDENTE
(D'Agrigino Filippo)

G. R. I - GRUPPO RADIOTELEVISIONE INDIPENDENTE

Vista la legge 22 febbraio 2000, n° 28 e in particolare l'articolo 11-quater comma 2 della stessa, introdotto dalla Legge 6 novembre 2003, n. 313 pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 268 del 18 novembre 2003 recante *"Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica"*:

Vista la legge 10 dicembre 1993, n° 515 recante disposizioni relative alla *"Disciplina delle campagne elettorali per le elezioni alla Camera dei Deputati e al Senato della Repubblica"*

presentano

al Ministro delle Comunicazioni, il seguente schema di

CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE

ARTICOLO

Finalità

Il presente codice di autoregolamentazione reca disposizioni in materia di programmi di informazione e di programmi di comunicazione sulle emittenti locali

ARTICOLO 2

Definizioni

Ai fini del presente codice di autoregolamentazione si intende

- a) per "emittente radiofonica e televisiva locale" (di seguito denominate, per brevità, anche "emittenti locali"), ogni soggetto destinatario di autorizzazione e concessione o comunque di altro titolo di legittimazione all'esercizio della radiodiffusione sonora o televisiva in ambito locale.
- b) per "programma di informazione", il telegiornale, il giornale radio e comunque il notiziario o altro programma di contenuto informativo, a rilevante presentazione giornalistica, caratterizzato dalla correlazione ai temi dell'attualità e della cronaca.
- c) per "programma di comunicazione politica", ogni programma in cui assuma carattere rilevante l'esposizione di opinioni e valutazioni politiche manifestate attraverso tipologie di programmazione che comunque consentano un confronto dialettico tra più opinioni, anche se conseguito nel corso di più trasmissioni.
- d) per "propaganda", elettorale o politica, le forme di comunicazione politica a pagamento trasmesse dalle emittenti locali finalizzate alla esposizione di un programma o di una opinione politica;
- e) per "propaganda elettorale", le forme di comunicazione politica a pagamento trasmesse dalle emittenti locali nei trenta giorni antecedenti ogni consultazione elettorale o referendaria.

CRI
GRUPPO RADIODIFFUSIONE INDIPENDENTE
IL PRESIDENTE
[Handwritten signature]

f) per "propaganda politica", le forme di comunicazione politica a pagamento trasmesse dalle emittenti locali al di fuori dei periodi di cui alla precedente lettera e).

ARTICOLO 3

Programmi di informazione

I programmi di informazione, sulla base dei principi enunciati dall'articolo 11 quater della legge 22 febbraio 2000, n. 28 come modificata dalla legge 6 novembre 2003, n. 313, devono garantire il pluralismo, attraverso la parità di trattamento, l'obiettività, l'imparzialità e l'equità nella trasmissione sia di programmi di informazione, nel rispetto della libertà di informazione, sia di programmi di comunicazione politica

Resta comunque salva per l'emittente la libertà di commento e di critica, che, in chiara distinzione tra informazione e opinione, salvaguardi comunque il rispetto delle persone

Inoltre le emittenti locali a carattere comunitario di cui all'art. 16, comma 5 della legge 6 agosto 1990 n. 223 e all'art. 1, comma 1, lettera F della deliberazione 1° dicembre 1998, n. 78 della Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni: possono esprimere i principi di cui sono portatrici, tra quelli indicati da dette norme

Ai conduttori dei programmi di informazione delle emittenti locali, nei periodi elettorali, è comunque vietato formulare nel corso delle trasmissioni dichiarazioni di voto

ARTICOLO 4

Propaganda e messaggi politici autogestiti

1. Nel periodo di cui all'art. 2, lettera E le emittenti locali possono trasmettere le forme di propaganda elettorale a pagamento come disciplinate dal successivo articolo 5 del presente codice di autoregolamentazione

Nello stesso periodo le emittenti locali possono inoltre trasmettere messaggi politici autogestiti a titolo gratuito come disciplinati dalla vigente normativa e, in particolare,

GRI
GRUPPO RADIOTELEVISIONE INDIPENDENTE
IL PRESIDENTE
Roberto Filippini

dall'art. 4, commi 3 e 5 della legge 22 febbraio 2000, n. 28, come modificata dalla legge 6 novembre 2003, n.313

2. Nel periodo di cui all'art. 2, lettera F, le emittenti locali possono trasmettere esclusivamente le forme di propaganda politica a pagamento come disciplinate dal successivo articolo 6 del presente codice di autoregolamentazione.

ARTICOLO 5

Disciplina della propaganda elettorale.

1. Entro il decimo giorno dalla convocazione dei comizi elettorali, le emittenti locali che intendono diffondere propaganda elettorale a pagamento fino a tutto il penultimo giorno antecedente la consultazione elettorale rendono pubblico il loro intendimento mediante un avviso da trasmettere almeno una volta e con adeguato rilievo, nella fascia oraria di maggiore ascolto. Nell'avviso le emittenti locali informano i soggetti politici che presso la propria sede, della quale viene indicato l'indirizzo, il numero telefonico e di fax, è depositato un documento, consultabile su richiesta da chiunque ne abbia interesse, concernente:

- a) le condizioni temporali di prenotazione degli spazi di propaganda elettorale con l'indicazione del termine ultimo entro il quale gli spazi medesimi possono essere prenotati. Per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale devono essere praticate condizioni uniformi, anche economiche, a tutti i soggetti politici;
- b) le modalità di prenotazione degli spazi;
- c) le tariffe per l'accesso a tali spazi quali autonomamente determinate da ogni singola emittente locale;
- d) ogni eventuale ulteriore circostanza od elemento tecnico rilevante per la fruizione degli spazi

2. Ciascuna emittente locale deve tener conto delle prenotazioni in base alla loro progressione temporale.

3. Le emittenti locali non possono stipulare contratti per la cessione di spazi di propaganda elettorale a pagamento per i singoli candidati per importi superiori a quelli previsti dalla normativa in materia di spese elettorali ammesse per ciascun candidato.

4. Devono essere riconosciute, ai soggetti politici richiedenti gli spazi per la propaganda elettorale, le condizioni di miglior favore praticate ad uno di essi per gli spazi acquistati.

5. Ciascuna emittente locale è tenuta a praticare, per gli spazi, di propaganda elettorale a pagamento, una tariffa massima non superiore al 70% del listino di pubblicità tabellare. I soggetti politici interessati possono richiedere di verificare in modo documentale i listini tabellari in relazione ai quali sono state determinate le condizioni praticate per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale a pagamento.

6. Nel caso di diffusioni di spazi di propaganda elettorale differenziati per diverse aree territoriali, dovranno essere indicate anche le tariffe praticate per ogni area territoriale.

7. La messa in onda dell'avviso di cui al comma 1 costituisce condizione essenziale per la diffusione della propaganda elettorale a pagamento. In caso di mancato rispetto del termine a tal fine stabilito nel comma 1, la diffusione della propaganda elettorale a pagamento può avere comunque inizio dal secondo giorno successivo a quello di messa in onda dell'avviso.

8. La propaganda elettorale a pagamento deve essere preceduta da un annuncio in audio o video del seguente testuale contenuto: "Propaganda elettorale a pagamento". L'annuncio deve altresì fornire l'indicazione del soggetto politico committente.

ARTICOLO 6

Disciplina della propaganda politica.

GRI
GRUPPO RADIODIFFUSIONE INDIPENDENTE
IL PRESIDENTE
M. B. ...

1. Dal giorno successivo a quello di ogni consultazione elettorale o referendaria fino al trentunesimo giorno antecedente ulteriori consultazioni elettorali o referendarie, le emittenti locali possono diffondere propaganda politica, alla quale si applicano le disposizioni previste dall'articolo 5, commi 4, 5 e 6 del presente codice di autoregolamentazione. Per l'accesso agli spazi devono essere praticate condizioni uniformi, anche economiche, a tutti i soggetti politici

2. La propaganda politica deve essere preceduta da un annuncio in audio o video del seguente testuale contenuto "propaganda politica a pagamento". L'annuncio deve altresì fornire l'indicazione del soggetto politico committente

ARTICOLO 7

Trasmissioni in contemporanea

Le emittenti locali che effettuano trasmissioni in contemporanea con una copertura complessiva coincidente con quella legislativamente prevista per un'emittente nazionale sono disciplinate dal presente codice di autoregolamentazione esclusivamente per le ore di trasmissione non in contemporanea

ARTICOLO 8

Sanzioni

Per le violazioni del presente codice si applicano le disposizioni dell'articolo 11 - quinquies della legge 22 febbraio 2000, n. 28 nel testo introdotto dalla legge 6 novembre 2003, n. 313

GRI
GRUPPO RADIOTELEVISIONE INDIPENDENTE
IL PRESIDENTE
Agostino Filippo
C. Agostino Filippo

GRI
GRUPPO RADIOTELEVISIONE INDIPENDENTE
IL PRESIDENTE
C. Agostino Filippo

Federazione Nazionale della Stampa Italiana

Il Presidente

Roma, 6 febbraio 2004

Prot. n. 4787

On.le Maurizio Gasparri
Ministro delle Comunicazioni
Viale America, 201
00144 Roma

OGGETTO: Parere Fnsi sullo schema di codice di autoregolamentazione ai sensi della legge 6/11/2003, n.313 (par condicio emittenza locale).

Illustre Ministro,

Gasparri

a seguito delle Sue cortesi richieste ai sensi della legge di cui all'oggetto mi è gradito farLe pervenire, unendone copia in allegato, il parere della Federazione Nazionale della Stampa Italiana sullo schema di codice di autoregolamentazione ai sensi della legge 6 novembre 2003, n.313 (disposizioni per l'attuazione del principio del pluralismo nella programmazione delle emittenti radiofoniche e televisive locali).

Con l'occasione mi è gradito porgerLe i più cordiali saluti.

Franco Sidi
Franco Sidi
Donato Fadda

per copie conformi
al Capo dell'Ufficio Legislativo

Qued



Federazione Nazionale della Stampa Italiana

Parere della Federazione Nazionale della Stampa Italiana (Fnsi) sullo schema di codice di autoregolamentazione ai sensi della legge 6 novembre 2003, n.313 (disposizioni per l'attuazione del principio del pluralismo nella programmazione delle emittenti radiofoniche e televisive locali).

In relazione al proposto codice di autoregolamentazione ai sensi della legge 2003 n. 213 inviato dal Ministro delle Telecomunicazioni, preliminarmente la Federazione Nazionale della Stampa Italiana osserva che il proprio interesse prevalente è relativo alla distinzione di qualsiasi programma di informazione da ogni contenuto di propaganda o di sola comunicazione politica. Di conseguenza si ritiene che quanto previsto per i programmi di informazione all'articolo 3 del richiamato codice sia sostanzialmente corretto ancorché appaiono necessarie delle precisazioni.

Si ritiene, infatti, che sia necessario prescrivere il divieto di inserire, intervallandoli all'interno dei telegiornali o dei programmi di informazione, messaggi di propaganda politica o elettorale, allo scopo di garantire permanentemente la chiara distinzione tra informazione e messaggi di orientamento politico diretto.

I contenitori devono essere sempre distinti.

In tale ambito si ritiene che, nel primo capoverso dell'articolo 3, debba essere esplicitato che i telegiornali e i programmi di informazione devono garantire pluralismo e parità di trattamento e obiettività sotto la diretta responsabilità del direttore giornalistico della singola emittente.

Si condivide, peraltro, l'orientamento già espresso dal Consiglio Nazionale dell'Ordine dei giornalisti di modificare l'ultimo capoverso dell'articolo 3 estendendo il divieto di formulare dichiarazioni di voto nel corso delle trasmissioni oltre che ai conduttori dei programmi di trasmissione, anche ai conduttori dei programmi di intrattenimento.

La garanzia della completezza e correttezza dell'informazione al fine di assicurare il pluralismo – va chiarito – è di esclusiva competenza delle redazioni giornalistiche nel rispetto dai principi sanciti della legge istitutiva dell'ordinamento professionale (n.69/1963) e dalla disciplina professionale prevista dal contratto collettivo di lavoro giornalistico.

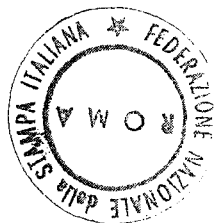
Si rileva un limite, già presente nella legge, laddove per le sanzioni si fa riferimento generico alle disposizioni della legge 22 febbraio 2000, n. 28 nel testo introdotto dalla legge 6.11.2003 n. 113.

Per quanto concerne il complesso del codice proposto, questa Federazione della Stampa ritiene necessario fare anche qualche considerazione di carattere generale. Anche nelle emittenti locali si ritiene che debba essere messa a disposizione della propaganda politica una quota di accessi gratuiti, da ripartire in parti uguali fra i vari soggetti, pari alla quota prevista a pagamento in considerazione del fatto che la legge riconosce all'emittenza i caratteri di un servizio pubblico da assicurare ai cittadini del territorio.

Si auspica, infine, in tal senso, che maggiori garanzie vengano precisate nelle disposizioni attuative dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e dai controlli demandati all'Autorità medesima e ai suoi organismi territoriali individuati dalla L. 249/97, posto che possano contare su mezzi e strumenti adeguati a tale servizio di interesse generale.

Con l'occasione di questo parere, la Federazione Nazionale della Stampa Italiana formula l'auspicio di una riflessione sull'intera materia affinché, ribadendo i principi essenziali di par condicio e pluralismo da assicurare ai vari competitori politici, siano introdotte nella legislazione misure atte a favorire un corretto equilibrio dell'offerta di propaganda politica a pagamento tra mezzi televisivi e carta stampata soprattutto in ambito locale.

Roma, 6 febbraio 2004



Prot. n. 101

On. MAURIZIO GASPARRI
Ministro delle Comunicazioni
Largo Pietro di Brazzà, 86
00186 ROMA

Oggetto: codice di autoregolamentazione delle emittenti radiofoniche e televisive locali

Si fa riferimento alla richiesta del 10 dicembre scorso, GM/136886/4625/DL, avente ad oggetto: "Acquisizione parere sullo schema di codice di autoregolamentazione ai sensi della legge 6 novembre 2003, n.313 (disposizioni per l'attuazione del principio del pluralismo nella programmazione delle emittenti radiofoniche e televisive locali)".

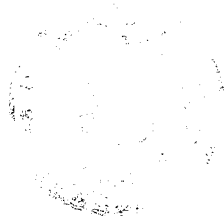
Al riguardo si informa che il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti esprime parere favorevole al codice di autoregolamentazione di cui all'oggetto, formulando nel contempo i suggerimenti e le modifiche riportare in allegato.

Cordiali saluti.

IL PRESIDENTE
(Lorenzo Del Boca)



Allegato



per copia
Il Segretario


PARERE SULLO SCHEMA DI AUTOREGOLAMENTAZIONE DELLE EMITTENTI RADIOFONICHE E TELEVISIVE LOCALI

Art.2 – Al punto d) si specifica cosa si intenda per “propaganda” elettorale o politica, mentre al punto c) si specifica cosa si intenda per “propaganda elettorale”. Si ritiene pertanto opportuno eliminare al punto d) le parole “elettorale o”.

Art.3 – All’ultimo capoverso, dove si fa divieto ai conduttori di programmi di informazione di “formulare nel corso delle trasmissioni dichiarazioni di voto”, si ritiene opportuno aggiungere, dopo “programmi di informazione”, le parole: “e di qualsiasi altro programma”.

Art.5

Al paragrafo 1), dove si prevede “un avviso da trasmettere almeno una volta” si propone di aggiungere le parole “al giorno e per tre giorni consecutivi”. Ciò al fine di garantire che l’avviso giunga a tutti i soggetti interessati.

Al paragrafo 3, dove si fa divieto di stipulare contratti “per importo superiori a quelli previsti dalla normativa in materia di spese elettorali ammesse per ciascun candidato”, dopo le parole “per importi superiori” si propone di aggiungere le parole “all’80 per cento di” e di cancellare la vocale “a” che precede “quelli”. Non è pensabile, infatti, che un candidato non debba affrontare nessuna altra spesa elettorale oltre quella per la propaganda radiofonica e televisiva locale.

Al paragrafo 5 dove si prevede l’applicazione di una tariffa massima non superiore al 70 per cento del listino di pubblicità tabellare, si propone di portare tale tariffa massima al 60 per cento. Si propone inoltre che ad ogni soggetto politico vengano offerti spazi gratuiti per due appelli all’inizio e in chiusura dell’ultima settimana di campagna elettorale.

Al paragrafo 7 dove si prevede che la diffusione della propaganda elettorale possa “avere comunque inizio dal secondo giorno successivo a quello di messa in onda dell’avviso”, coerentemente con quanto suggerito per il paragrafo 1), si propone di sostituire nell’ultima riga la dizione “secondo” con “quarto” e la dizione “a quello” con “ai tre giorni”.

Al paragrafo 8 alla seconda riga si propone di togliere la parola “video” e di aggiungere alla fine del paragrafo: “in video la propaganda elettorale a pagamento deve essere accompagnata da una fascetta fissa contenente la dizione “Propaganda elettorale a pagamento” e l’indicazione del soggetto politico committente.

Art.6 – Al paragrafo 2) si propone di togliere alla prima riga la dizione “o video” e di aggiungere alla fine del paragrafo: “in video la propaganda politica deve essere accompagnata da una fascetta fissa contenente la dizione “Propaganda politica a pagamento” e l’indicazione del soggetto politico committente.