

**“PILLOLE”
DI
PAR CONDICIO**

PROGRAMMI DI INFORMAZIONE

I **telegiornali**, i **giornali radio**, i **notiziari** e ogni altro **programma di contenuto informativo** a rilevante presentazione giornalistica devono **garantire il pluralismo**, attraverso la parità di trattamento, l'obiettività, l'imparzialità, l'equità e la pluralità dei punti di vista.

In qualunque trasmissione televisiva diversa da quelle di comunicazione politica e dai messaggi politici autogestiti è **vietato fornire**, anche in forma indiretta, **indicazioni o preferenze di voto**.

PROGRAMMI DI INFORMAZIONE

Nel periodo elettorale la **presenza di esponenti politici** (candidati e non) è ammessa, oltre che nei programmi di comunicazione politica e nei messaggi autogestiti, solo nei programmi di informazione ricondotti alla responsabilità di una testata giornalistica. La presenza è vietata in tutte le altre trasmissioni.

COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto è fatto divieto a tutte le amministrazioni pubbliche di svolgere attività di comunicazione **ad eccezione di quelle effettuate in forma impersonale ed indispensabili per l'efficace assolvimento delle proprie funzioni** (art. 9, comma 1, Legge 28/2000).

COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Secondo quanto previsto dall'art. 1, comma 1, punto 4) della legge 7 giugno 2000, n. 150

"...sono considerate attività di informazione e di comunicazione istituzionale quelle poste in essere in Italia o all'estero dai soggetti di cui al comma 2 e volte a conseguire:

- a) l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici;
- b) la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa;
- c) la comunicazione interna realizzata nell'ambito di ciascun ente.

COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Il divieto si riferisce alla "attività di comunicazione", a prescindere quindi dal mezzo utilizzato. Ne consegue che il divieto va ben oltre il solo utilizzo dei mezzi radiotelevisivi e della stampa, coinvolgendo, a titolo d'esempio, anche gli eventuali siti istituzionali presenti su Internet o l'invio a mezzo posta di pubblicazioni che illustrano l'attività di un Ente.

COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

-Soggetti destinatari della norma

Per una esatta definizione di Pubblica Amministrazione, si riporta quanto scritto nell'articolo 1, comma 2, del D.lgs. n. 165/01: "Per amministrazioni pubbliche si intendono tutte le amministrazioni dello Stato, ivi compresi gli istituti e scuole di ogni ordine e grado e le istituzioni educative, le aziende ed amministrazioni dello Stato ad ordinamento autonomo, le Regioni, le Province, i Comuni, le Comunità montane, e loro consorzi ed associazioni, le istituzioni universitarie, gli Istituti autonomi case popolari, le Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura e loro associazioni, tutti gli enti pubblici non economici nazionali, regionali e locali, le amministrazioni, le aziende e gli enti del Servizio sanitario nazionale, l'Agenzia per la rappresentanza negoziale delle pubbliche amministrazioni (ARAN) e le Agenzie di cui al decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 300."

MESSAGGI AUTOGESTITI GRATUTI (MAG)

- Per le emittenti

Le radio e tv locali che desiderano trasmettere MAG tra la data di presentazione delle candidature e quella di chiusura della campagna elettorale, devono comunicare tale intenzione con un apposito cartello da trasmettere almeno una volta nella fascia di maggior ascolto. A tal fine le emittenti possono utilizzare il modello MAG/1, disponibile sul sito web dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni www.agcom.it. Tale documento va inviato anche al Corecom Umbria. Per comunicare qualsiasi variazione apportata riguardo al numero dei contenitori e alla loro collocazione nel palinsesto può essere utilizzato il modello MAG/2.

MESSAGGI AUTOGESTITI GRATUTI (MAG)

I MAG sono organizzati in modo autogestito e devono avere una durata sufficiente alla motivata esposizione di un programma o di una opinione politica, comunque compresa tra 1 e 3 minuti per le emittenti televisive e tra 30 e 90 secondi per le emittenti radiofoniche. I messaggi sono trasmessi all'interno di specifici contenitori, fino ad un massimo di 4 contenitori per ogni giornata di programmazione. I contenitori, ciascuno di almeno tre messaggi, sono collocati uno per ciascuna fascia, **progressivamente a partire dalla prima:** 18:00-19:59, 12:00-14:59, 21:00-23:59, 7:00-8:59.

MESSAGGI AUTOGESTITI GRATUTI (MAG)

Nessun soggetto politico può diffondere più di due messaggi in ciascuna giornata di programmazione sulla stessa emittente.

Nelle emittenti televisive ogni messaggio, per tutta la sua durata, reca la dicitura "messaggio elettorale gratuito" con l'indicazione del soggetto committente. Sulle emittenti radiofoniche ogni messaggio deve essere preceduto e seguito da un annuncio in audio del seguente contenuto: " messaggio elettorale gratuito" con l'indicazione del soggetto committente.

MESSAGGI AUTOGESTITI GRATUTI (MAG)

- Per i soggetti politici

I soggetti politici interessati a trasmettere MAG dovranno inviare le loro richieste, sottoscritte dal rappresentante elettorale, alle emittenti e al Corecom Umbria. Può essere utilizzato il Modello MAG/3 disponibile sul sito web dell'Autorità.

I nomi delle emittenti autorizzate ed i relativi recapiti saranno resi disponibili, in occasione degli appuntamenti elettorali, sul sito dell'Agcom.

MESSAGGI AUTOGESTITI A PAGAMENTO (MAP)

Le emittenti che desiderano trasmettere MAP tra la data di convocazione dei comizi elettorali e quella di chiusura della campagna elettorale, devono comunicare tale intenzione con un apposito cartello da trasmettere almeno una volta al giorno, nella fascia di maggior ascolto, per tre giorni consecutivi.

Anche i MAP dovranno riportare le diciture previste dalla normativa ma non sono soggetti a limiti di durata né di contenuto.

Sulla trasmissione di MAP non vi è obbligo di comunicazione al Corecom.

SONDAGGI

Nei quindici giorni precedenti la data delle votazioni è vietato rendere pubblici e/o diffondere i risultati di sondaggi demoscopici sull'esito delle elezioni e sugli orientamenti politici e di voto degli elettori, anche se tali sondaggi sono stati effettuati in un periodo precedente a quello del divieto.

Nel periodo antecedente, i sondaggi possono essere pubblicati solo se accompagnati dall'apposita nota informativa redatta secondo quanto previsto dal Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione di sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa di cui alla Delibera n. 256/10/CSP.

SILENZIO ELETTORALE

Nel giorno precedente ed in quelli stabiliti per le elezioni vige il divieto di diffondere propaganda elettorale.

Il silenzio elettorale deve essere rispettato anche dagli organi di informazione dei soggetti politici.