



# “La par condicio: oltre la legge nel rispetto della legge”

Come garantire l’equilibrio tra le forze politiche

Relatore dott. Nicola Princi



**Prima di entrare nel merito occorre fare un cenno ai riferimenti normativi che regolano oggi la materia sulla *par condicio*:**

➡ legge 28/2000 così come modificata e integrata dalla legge 313/2003;

➡ codice di autoregolamentazione per le emittenti radiofoniche e televisive locali emanato con Decreto del Ministro delle Telecomunicazioni dell'8/4/2004;

➡ delibere dell'Agcom, attuative delle disposizioni normative sopra citate.



## 1. I TEMPI E LE SCADENZE DELLA CAMPAGNA ELETTORALE

Ai sensi dell'art. 2, comma 1 lett. e), del Codice di autoregolamentazione di cui al D.M. 08/04/2004, per ***periodo elettorale o referendario*** si intende il periodo che va dalla data di convocazione dei comizi elettorali o di indizione del referendum, sino alla data di chiusura della campagna elettorale o referendaria (**all'incirca 45 giorni**).



All'interno di questo periodo, una scadenza importante è rappresentata dalla presentazione delle candidature che ha luogo il 30° giorno antecedente la consultazione, scadenza con la quale inizia per così dire il 2° sottoperiodo (il primo parte, appunto, dalla convocazione dei comizi) con precise ripercussioni, come si vedrà, sui soggetti politici che possono usufruire degli spazi di comunicazione politica, dei messaggi autogestiti a pagamento (MAP) e dei messaggi autogestiti gratuiti (MAG).

Occorre ricordare che i **MAG** possono andare in onda soltanto dopo la presentazione delle candidature, previo sorteggio effettuato presso il Corecom.

Nelle elezioni per il rinnovo dei Consigli provinciali e comunali, il periodo elettorale è esteso al ballottaggio.



## 2. I PROGRAMMI DI INFORMAZIONE

Secondo quanto dispone l'art. 2, comma 1 lett. b), del Codice di autoregolamentazione, per **PROGRAMMI DI INFORMAZIONE** si intendono:

- ✳ i telegiornali;
- ✳ i notiziari;
- ✳ i radio giornali;
- ✳ i programmi di approfondimento giornalistico, correlati ai temi dell'attualità e della cronaca.

Nell'ambito di questi programmi le emittenti devono garantire il **PLURALISMO**, attraverso: **la parità di trattamento, l'obiettività, l'imparzialità e l'equità.**

E' vietato fornire, anche in forma indiretta, indicazioni o preferenze di voto.



### 3. LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

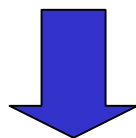
La disciplina della comunicazione istituzionale è prevista all'art. 9, comma 1, della legge 28/2000 e s.m.i.

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.



## 4. LA COMUNICAZIONE POLITICA

L'art. 3, del Codice di autoregolamentazione stabilisce che le emittenti radiotelevisive locali devono assicurare a tutti i soggetti politici con imparzialità ed equità, l'accesso all'informazione e alla comunicazione politica.



L'art. 2, comma 1 lett. c), del Codice di autoregolamentazione dispone che **per comunicazione politica radiotelevisiva s'intende la PRESENTAZIONE IN CONTRADDITTORIO di programmi, opinioni e valutazioni politiche.**



**I programmi di comunicazione politica** da parte dell'emittenti locali non sono obbligatori ma facoltativi.

Tuttavia, se un'emittente decide di realizzare tali programmi, deve essere consentita un'effettiva parità di condizioni tra i soggetti politici competitori, anche con riferimento alle fasce orarie ed al tempo di trasmissione.

L'assenza di un soggetto politico regolamentare invitato non pregiudica la messa in onda della trasmissione.





## 5. I MESSAGGI AUTOGESTITI GRATUITI (MAG)

I **MAG** sono previsti dall'art. 4, comma 5, della legge 28/2000 e s.m.i. e, per quanto riguarda la loro messa in onda da parte delle emittenti radiotelevisive locali, sono disciplinati dalle delibere attuative dell'Agcom.

Le radio e le tv locali che intendono aderire alla messa in onda dei MAG devono dare notizia di tale offerta di spazi mediante un apposito avviso da trasmettere nella fascia oraria di maggiore ascolto (almeno una volta nei cinque giorni successivi alla pubblicazione della Delibera Agcom).

L'ordine di trasmissione dei MAG sarà stabilito dal CORECOM con sorteggio.

I MAG dovranno riportare la seguente dicitura: “**messaggio elettorale autogestito gratuito**” e l'indicazione del soggetto politico committente.



## 6. I SOGGETTI POLITICI E I MAG

**I soggetti politici** che intendono avvalersi degli spazi offerti **dall'emittenti radiotelevisive private** per la trasmissione dei MAG, devono inviare le loro richieste, sottoscritte dal rappresentante elettorale, al CORECOM.

La stessa richiesta presentata al CORECOM dovrà essere inoltrata anche alle emittenti radiotelevisive locali che hanno dato la disponibilità della messa in onda dei MAG.

Attraverso il MAG il soggetto politico può esporre un programma o un'opinione politica **NON IN CONTRADDITTORIO**.

**La messa in onda dei MAG è gratuita; mentre i costi per la realizzazione del messaggio sono a carico del soggetto politico.**



## 7. I MESSAGGI AUTOGESTITI A PAGAMENTO (MAP)

L'istituto dei **MAP** è disciplinato dall'art. 6, del Codice di autoregolamentazione e dalle delibere dell'Agcom.

Le emittenti che desiderano trasmettere MAP devono dare notizia di tale intenzione con un apposito avviso da mandare in onda nella fascia di maggior ascolto (almeno una volta al giorno per 3 giorni consecutivi).

I **MAP** non sono sottoposti a limiti di durata, né di numero.

Sulla trasmissione di **MAP** non vi è obbligo di comunicazione al CORECOM.

Un obbligo da rispettare è che i MAP devono essere preceduti e chiusi con un annuncio che dice: “**messaggio elettorale a pagamento**” e con l'indicazione del soggetto politico committente.



## 8. I SONDAGGI

Ai sensi dell' art. 8, legge 28/2000 e s.m.i., 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 dalla apposita nota informativa.



## 9. LE (PRESUNTE) VIOLAZIONI DELLA PAR CONDICIO

Secondo l'art. 11 quinquies, della legge 28/2000 e s.m.i., l'Agcom attraverso il Corecom vigila sulla corretta applicazione da parte delle emittenti locali della normativa che disciplina la par condicio (leggi, Codice di autoregolamentazione e delibere Agcom).

Eventuali violazioni della par condicio possono essere accertati d'ufficio o denunciate, da parte dei soggetti politici, entro il termine perentorio di **10 giorni dal fatto** a mezzo fax, all'AGCOM, all'emittente privata, al competente CORECOM, al Gruppo della Guardia di Finanza nella cui competenza territoriale rientra il domicilio dell'emittente o dell'editore.

Il Corecom procederà ad effettuare **un'istruttoria sommaria** e a trasmettere i relativi atti all'Agcom, con la proposta in ordine alle decisioni da assumere.



## 10. LA CONSERVAZIONE DELLE REGISTRAZIONI

Ai sensi della legge 223/90 (c.d. legge Mammi) e delle delibere Agcom relative ad ogni specifica competizione elettorale, le emittenti radiotelevisive sono tenute a conservare le registrazioni della totalità dei programmi trasmessi sino al giorno della votazione per i **tre mesi** successivi a tale data.

Sono, inoltre, tenuti a conservare, sino alla conclusione del procedimento, le registrazioni dei programmi in ordine ai quali sia stata notificata contestazione di violazione.





***GRAZIE PER L'ATTENZIONE***

