ventivamente acquisiti. A seguito dell'attività di controllo sono stati attivati diversi procedimenti sanzionatori nei confronti degli enti che non hanno ottemperato agli obblighi previsti dalla legge e - al contempo -sono stati richiesti ulteriori accertamenti alla Guardia di finanza.

L'attività di controllo esercitata durante il predetto periodo ha avuto un effetto informativo nei confronti di molti Enti e Ministeri, che hanno emanato circolari e disposizioni in merito alla corretta applicazione della normativa in argomento.

Con la delibera n. 129/03/CONS del 16 aprile 2003 l'Autorità ha reso obbligatoria la modalità telematica per tutte le comunicazioni di cui alla citata delibera n. 129/02/CONS e, quindi, anche per quelle relative alla pubblicità degli enti pubblici. Tale nuova modalità di trasmissione agevola l'attività di vigilanza e monitoraggio dell'Autorità, garantendo, senza costi aggiuntivi, l'immediata elaborazione del dato fornito con riferimento all'ammontare delle somme, spese nell'esercizio finanziario precedente alla comunicazione, per la pubblicità da parte degli enti pubblici.

La legge 3 maggio 2004, n. 112, all'art. 7 comma 10, ha introdotto novità importanti sulla materia della pubblicità degli enti pubblici stabilendo che "le somme che le amministrazioni pubbliche o gli enti pubblici anche economici destinano, per fini di comunicazione istituzionale, all'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa, devono risultare complessivamente impegnate, sulla competenza di ciascun esercizio finanziario per almeno il 15 per cento a favore dell'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale operante nei territori dei Paesi membri dell'Unione europea e per almeno il 50 per cento a favore dei giornali quotidiani e periodici". La legge ha, in sostanza, reintrodotto la percentuale da destinare all'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale (ridotta dal 25% al 15%, rispetto a quella prevista dall'art. 9 della legge n. 223/90), mantenendo il limite del 50% a favore dei giornali quotidiani e periodici ed ha, altresì, ampliato l'obbligo soggettivo di destinazione nei confronti degli enti economici e degli enti territoriali. Inoltre, secondo quanto stabilito dall'art. 25, comma 6 della stessa legge (accelerazione e agevolazione della conversione alla trasmissione in tecnica digitale) nella fase di transizione alla trasmissione in tecnica digitale, la percentuale di destinazione a favore dei giornali quotidiani e periodici per l'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa, per fini di comunicazione istituzionale, deve essere pari almeno al 60 per cento.

Il comma 12 dello stesso articolo, conferisce all'Autorità, anche attraverso i Comitati regionali per le comunicazioni, la vigilanza sulla diffusione della comunicazione pubblica a carattere pubblicitario sui diversi mezzi di comunicazione di massa e la competenza all'accertamento, alla contestazione e all'applicazione della sanzione in caso di inottemperanza da parte delle amministrazioni pubbliche, e gli enti pubblici anche economici.

Sarà cura dell'Autorità provvedere alle opportune modifiche della comunicazione annuale degli enti pubblici, attraverso la predisposizione dei nuovi modelli telematici.

Per quanto riguarda - infine - l'evoluzione del quadro normativo, in data 24 febbraio 2004 è stato convertito in legge il decreto 24 dicembre 2003, n. 353 in materia di agevolazioni tariffarie postali per la spedizione di prodotti editoriali. La nuova legge riordina, a far data dal 1° gennaio 2004, l'intera materia delle agevolazioni tariffarie postali per l'editoria ed abroga, in particolare, l'articolo 41 della legge n. 448/98 che aveva introdotto un regime di contribuzione diretta "a posteriori" alle imprese editoriali.

La legge esclude dalle agevolazioni: a) i periodici i cui abbonamenti a titolo oneroso siano stati stipulati direttamente dal destinatario in misura inferiore al 50% del totale degli abbonamenti totali: b) i quotidiani e i periodici contenenti inserzioni pubblicitarie, calcolate su base annua, per un'area superiore al 45% dell'intero stampato; c) le pubblicazioni facenti capo a pubbliche amministrazioni ed enti pubblici; d) le categorie che storicamente non accedono ai benefici tariffari (le pubblicazioni a contenuto postulatorio, i prodotti editoriali pornografici, i cataloghi, le pubblicazioni con allegati supporti integrativi diversi da quelli a contenuto informativo anche multimediale previsti dalla legislazione in materia di IVA, ecc.).

La legge prevede che, per l'anno 2004, si continueranno ad applicare le vecchie tariffe agevolate secondo i parametri previsti per le diverse categorie di editori individuate dai tre decreti del Ministro delle comunicazioni del 13 novembre 2002 rispettivamente diretti a disciplinare l'entità e le modalità di applicazione delle tariffe agevolate per i periodici editi da editori iscritti al Registro degli operatori di comunicazione tenuto dall'Autorità, per i periodici editi da soggetti non profit e, infine, per i periodici editi dai soggetti non rientranti in nessuna delle due prime categorie.

Alla determinazione delle tariffe agevolate che si applicheranno a partire dall'anno 2005 alle diverse categorie di soggetti beneficiari si provvederà con decreto adottato dal Ministro delle comunicazioni, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, sentita la Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Per quanto riguarda i periodici con le tirature più basse (inferiori alle 20.000 copie per numero), viene sancito il diritto di avere accesso al beneficio della tariffa agevolata più favorevole.

La legge, infine, abroga il contributo diretto e ripristina il meccanismo dei rimborsi. In pratica, l'agevolazione continuerà ad essere corrisposta da Poste italiane s.p.a. e le somme erogate verranno rimborsate dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per l'informazione e l'editoria.

Per completare il quadro, un breve accenno merita la normativa in materia di pubblicazione dei sondaggi, ampiamente trattata nel successivo paragrafo 3.7.2.

In questa sede, si ritiene opportuno ricordare che, con l'emanazione della delibera n. 237/03/CSP dell'11 novembre 2003, recante "Modifiche ed integrazioni al regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato con delibera n. 153/02/CSP" del 25 luglio 2003, è stato introdotto l'istituto dell'adeguamento spontaneo del mezzo di comunicazione nei confronti del quale è stato avviato un procedimento.

Ciò significa che, se il mezzo di comunicazione provvede spontaneamente a pubblicare la nota informativa, ovvero a rettificare o integrare le indicazioni in essa contenute, l'ufficio competente, ricevuta la comunicazione e la relativa documentazione, dispone l'archiviazione del procedimento per intervenuto adeguamento.

3.6. LA PUBBLICITÀ

3.6.1. Gli interventi in materia di vigilanza

La vigilanza sulla pubblicità viene esplicata attraverso il controllo della programmazione delle concessionarie radiotelevisive a diffusione nazionale e locale. Per le emittenti televisive a diffusione nazionale terrestre è attivo un monitoraggio sistematico, effettuato quotidianamente su tutta la programmazione attraverso la registrazione di tutti i programmi e la successiva analisi e catalogazione dei diversi eventi pubblicitari trasmessi nel corso di ciascuna giornata televisiva.

Per le emittenti locali, sia radiofoniche televisive, diversamente, data l'elevata consistenza numerica e della capillarità di diffusione sull'intero territorio italiano, nonché a causa dell'impossibilità di ricevere il segnale da una sola postazione, non è possibile adottare un monitoraggio generalizzato.

Pertanto, l'attività di vigilanza viene effettuata a campionamento, su segnalazione di privati cittadini, associazioni, emittenti, ecc.. Similmente si procede per l'attività di monitoraggio relativa alle emittenti satellitari.

I dati relativi al monitoraggio pubblicitario sono ottenuti con modalità di rilevazione conformi alle prescrizioni della legge n. 223/90, della legge n. 122/98 e della delibera n. 538/01/CONS e permettono di ricavare i valori relativi agli indici di affollamento (sia orari che giornalieri) e il posizionamento degli spot all'interno dei vari programmi. Il conteggio degli affollamenti viene effettuato suddividendo la giornata in 24 fasce orarie, a partire dalle ore 0 e fino alle ore 24, ed in ciascuna fascia si sommano i contributi di durata di tutti gli eventi pubblicitari trasmessi.

Per quanto riguarda i posizionamenti, essi attualmente vengono suddivisi nella seguente classificazione in base alla tipologia di infrazione:

a. spot isolati (art. 3, comma 1, legge n. 122/98);

b. interruzione di eventi sportivi non continuativi (art. 3, comma 2, legge n. 122/98 e art. 4, comma 5, delibera n. 538/01/CONS);

c. interruzione di opere audiovisive (art. 3, comma 3, legge n. 122/98);

d. distanza tra interruzioni consecutive (art. 3, comma 4, legge n. 122/98);

e. programmi di durata inferiore a 30 minuti (art. 3, comma 5, legge n. 122/98);

f. interruzione di cartoni animati (art. 8, comma 1, legge n. 223/90 e art. 4, comma 7, delibera n. 538/01/CONS);

g. presentatore del programma e della telepromozione nello stesso contesto scenico (art. 3, comma 4, delibera n. 538/01/CONS);

h. personaggio dei cartoni presente in un evento pubblicitario adiacente (art. 3, comma 4 delibera n. 538/01/CONS);

i. pubblicità non segnalata (art. 3 comma 1 delibera n. 538/01/CONS).

Per ciascuna delle emittenti monitorate è stato analizzato, a campione, un evento tra quelli ricadenti nelle diverse tipologie di infrazioni sopra elencate. In caso di riscontro dell'infrazione, si trasmette la segnalazione per l'avvio della fase sanzionatoria.

Attività di vigilanza svolta nei confronti delle emittenti nazionali

Per il periodo aprile 2003-marzo 2004, l'attività di vigilanza è stata espletata per le 11 emittenti nazionali monitorate, nonché a fronte di specifica richiesta di effettuazione di verifiche e controlli resisi necessari nell'ambito dei procedimenti sanzionatori ed a seguito di diffide su procedimenti già avviati. In totale, nel periodo considerato sono stati effettuati 85 interventi di vigilanza sulle 11 emittenti, tra i quali 22 endoprocedimentali. I dettagli vengono evidenziati nella tabella 3.11.

Tabella 3.11 Interventi di vigilanza sulle emittenti televisive nazionali per infrazioni in materia di pubblicità (aprile 2003 - marzo 2004)

Classificazione delle infrazioni	Numero verifiche a campione	Numero ulteriori controlli effettuati per procedimenti in corso	Totale
1. Affollamenti	11	3	**14**
2. Interruzioni di partite sportive e/o spot isolati	6	3	**9**
3. Interruzione di opere audiovisive	10	4	**14**
4. Distanza tra interruzioni successive	19	4	**23**
5. Interruzione di programmi inferiori a 30 minuti	8	6	**14**
6. Interruzione di cartoni animati	5	2	**7**
7. Interruzione di programmi per bambini	1	-	**1**
8. Personaggi di cartoni animati utilizzati in spot pubblicitari adiacenti ai cartoni stessi	1	-	**1**
9. Riconoscibilità del messaggio pubblicitario	2	-	**2**
Totale	**63**	**22**	**85**

Fonte: Autorità.

Infine, si segnala che è stato avviato un procedimento sanzionatorio per la trasmissione di pubblicità televisiva non segnalata e, quindi, non riconoscibile come tale durante i normali programmi.

Attività di vigilanza svolta nei confronti delle emittenti locali

Nel corso del 2003 sono state condotte 27 ispezioni da parte della Guardia di finanza su diverse emittenti locali (6 per le radio e 21 per le televisioni), al fine di verificare il rispetto degli obblighi derivanti dalla legge n. 223/90 in merito agli affollamenti pubblicitari, alla gestione del registro dei programmi e alla conservazione delle registrazioni. Per ciascuna delle ispezioni effettuate la Guardia di finanza ha acquisito le registrazioni dell'intero palinsesto giornaliero trasmesso dall'emittente e copia del registro dei programmi. Dall'esito dell'analisi della documentazione trasmessa insieme ai verbali di ispezione, viene stabilito se attivare il procedimento sanzionatorio o se archiviare gli esposti.

In particolare, i controlli citati sono stati in prevalenza svolti su emittenti operanti nel bacino dell'irpinia, e sono stati attivati a seguito di denuncia circostanziata.

3.6.2. Gli interventi in materia di pubblicità ingannevole e comparativa

Per il periodo aprile 2003-aprile 2004 l'Autorità ha provveduto a rendere 156 pareri in materia di pubblicità ingannevole, ai sensi dell'art. 7, comma 5, del decreto legislativo 25 gennaio 1992 n. 74, così come modificato dal decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 67 in base al quale quando un messaggio pubblicitario viene diffuso attraverso la stampa periodica o quotidiana, ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, prima di provvedere, richiede un parere obbligatorio, ma non vincolante, all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

3.7. LA PAR CONDICIO, IL PLURALISMO DELL'INFORMAZIONE E I SONDAGGI

3.7.1. Gli interventi in materia di vigilanza

Nel periodo di riferimento, l'Autorità ha posto in essere un'attenta attività di vigilanza con riferimento a:

a. la verifica del rispetto della normativa in materia di pluralismo e di cd. par condicio;

b. la verifica del rispetto della normativa in materia di sondaggi.

La verifica del rispetto della normativa in materia di pluralismo e di par condicio

In ottemperanza alle previsioni della legge n. 249/97, art.1, comma 6, lettera b), n. 13, l'Autorità effettua il monitoraggio della programmazione televisiva nazionale. Con riferimento al periodo aprile 2003-marzo 2004, il

monitoraggio ha riguardato le tre reti della concessionaria pubblica Rai uno, Rai due e Rai tre e le trasmissioni in chiaro di Rai news 24, le tre reti del gruppo editoriale Mediaset (concessionaria RTI): Canale 5, Retequattro e Italia 1 e le emittenti La7, MTV e Rete A. Le rilevazioni, condotte secondo il modello messo a punto dall'Autorità nel 2000 e successivamente implementato, sono state finalizzate al monitoraggio del pluralismo politico/istituzionale, del pluralismo sociale e della comunicazione politica. L'attività di vigilanza e controllo ha avuto ad oggetto l'intera programmazione quotidiana delle emittenti sottoposte a monitoraggio (telegiornali e programmi diversi dai telegiornali) tanto in periodo ordinario, quanto nei periodi di campagne elettorali e referendarie. I risultati del monitoraggio, organizzati con cadenza mensile, sono consultabili sul sito *web* dell'Autorità. Di seguito si dà conto dei *trend* che hanno caratterizzato l'informazione e l'approfondimento informativo nel periodo aprile 2003-marzo 2004, con particolare riferimento al pluralismo politico/istituzionale. In particolare, si riportano le attività finalizzate a verificare:

a. la presenza dei soggetti politico/istituzionali nei telegiornali;

b. la presenza dei soggetti politico/istituzionali nei programmi;

c. il pluralismo sociale nei telegiornali e nei programmi;

d. il monitoraggio della comunicazione politica e dei messaggi autogestiti;

e. la presenza dei soggetti politici nei programmi di intrattenimento della RAI.

Con riguardo alla presenza dei soggetti politico/istituzionali nei telegiornali, il monitoraggio del pluralismo politico/istituzionale viene condotto su tutte le edizioni trasmesse quotidianamente dalle concessionarie televisive nazionali. In particolare, per ciascun telegiornale, si rilevano i seguenti elementi: rete/testata; soggetti che parlano o di cui si parla[1]; argomenti e macroargomenti di cui si parla[2]; il tempo televisivo dedicato a ciascun soggetto, attraverso il computo del cd. tempo di parola (cioè il tempo in cui il soggetto politico/istituzionale parla direttamente in voce), del cd. tempo di notizia (ovvero del tempo dedicato dal giornalista all'illustrazione di un argomento/evento in relazione ad un soggetto politico/istituzionale) e del cd. tempo di antenna (ovvero del tempo complessivamente dedicato a ciascun soggetto politico/istituzionale, comprendente il tempo di parola e il tempo di notizia). Di seguito si riporta un prospetto di sintesi dei dati di monitoraggio relativi al tempo di antenna rilevato in tutte le edizioni dei telegiornali trasmessi nel periodo 1° aprile 2003-31 marzo 2004 (tabella 3.12). I dati, nel caso delle emittenti Rai e Mediaset, sono stati aggregati per gruppo editoriale e il tempo degli interventi dei soggetti politici e istituzionali viene riportato come segue: ad es., 17.35.54 = 17 ore 35 min. 54 sec..

(1) Codificati secondo la tipologia di categorie elaborata dall'Autorità.

(2) Anche nel caso degli argomenti e dei macroargomenti la codifica avviene secondo la tipologia di categorie elaborata dall'Autorità.

Tabella 3.12 Soggetti politici e istituzionali nei telegiornali Rai (dati aggregati Tg1, Tg2, Tg3, RaiNews 24), Mediaset (Tg4, Tg5, TgCom, Studio Aperto) e nel TgLa7 - Tutte le edizioni: valori assoluti dei tempi di antenna (aprile 2003-marzo 2004)

Periodo	Tg Rai Tempo di antenna			Tg Mediaset Tempo di antenna			Tg La7 Tempo di antenna		
	Soggetti politici	Soggetti istituzionali	Totale	Soggetti politici	Soggetti istituzionali	Totale	Soggetti politici	Soggetti istituzionali	Totale
1-30 aprile 2003	7.50.40	9.45.14	17.35.54	3.45.41	4.29.32	8.15.13	1.47.21	1.38.20	3.25.41
1-31 maggio 2003	11.23.39	15.10.08	26.33.47	4.50.41	9.22.13	14.12.54	2.40.09	3.48.06	6.28.15
1-30 giugno 2003	9.15.45	13.12.42	22.28.27	4.04.08	7.42.55	11.47.03	2.25.12	4.28.03	6.53.15
1-31 luglio 2003	11.54.19	16.10.55	28.05.14	3.58.57	9.24.37	13.23.34	2.10.09	3.52.52	6.03.11
1-31 agosto 2003	8.41.45	7.44.33	16.26.18	2.44.41	5.15.03	7.59.44	1.45.36	2.21.10	4.06.46
1-30 settembre 2003	13.06.02	17.26.52	30.32.54	3.55.43	11.38.37	15.34.20	2.32.44	4.22.05	6.54.49
1-31 ottobre 2003	10.32.40	17.40.20	28.13.00	3.19.07	10.29.48	13.48.55	2.44.29	3.30.59	6.15.28
1-30 novembre 2003	13.07.20	18.38.59	31.46.19	4.30.30	8.44.51	13.15.21	3.34.50	4.56.06	8.30.56
1-31 dicembre 2003	7.31.49	15.06.52	22.38.41	2.30.33	7.41.53	10.12.26	2.08.50	3.25.16	5.34.06
1-31 gennaio 2004	10.45.10	11.26.29	22.11.39	5.14.05	6.30.58	11.45.03	2.11.48	2.16.09	4.27.57
1-29 febbraio 2004	14.39.28	10.58.28	25.37.56	5.12.15	5.55.27	11.07.42	2.46.23	2.13.59	5.00.22
1-31 marzo 2004	13.37.48	17.29.17	31.07.05	5.47.24	8.35.52	14.23.16	2.50.11	3.06.36	5.56.47
Totale	**132.26.25**	**170.50.49**	**303.17.14**	**49.53.45**	**95.51.46**	**145.45.31**	**29.37.42**	**39.59.41**	**69.37.33**

Tempo di antenna: tempo complessivamente dedicato al soggetto politico/istituzionale (comprende il tempo di parola e il tempo di notizia).

Tempo di notizia: tempo dedicato dal giornalista all'illustrazione di un argomento/evento in relazione ad un soggetto politico/istituzionale.

Tempo di parola: tempo in cui il soggetto politico/istituzionale parla direttamente in voce.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Centro d'ascolto dell'informazione radiotelevisiva.

La tabella 3.12 evidenzia che lo spazio complessivamente dedicato ai soggetti politico/istituzionali dalla Rai, pari a 303h17'14", è maggiore di quello dedicato agli stessi soggetti da Mediaset, pari a 145h45'31"; la differenza riscontrata tra i tempi totali di antenna va senz'altro ricondotta, oltre che alle scelte editoriali di ciascuna testata relative alla costruzione delle notizie ed ai soggetti che sono oggetto della notizia, anche alla durata dei telegiornali di ciascuna testata ed al numero delle edizioni quotidianamente trasmesse.

La disaggregazione dei dati per mese consente di visualizzare le variazioni intervenute nell'informazione di carattere politico/istituzionale nel periodo preso in esame. Nel mese di aprile 2003 lo spazio impegnato dalla cronaca politico/istituzionale nei telegiornali risulta di gran lunga inferiore rispetto a quello rilevato nei mesi successivi; la spiegazione va ricercata innanzitutto nell'attenzione rivolta dai media alla copertura giornalistica della guerra in Iraq.

Nel mese di maggio si rileva un aumento significativo dei valori del tempo dedicato dai telegiornali ai fatti di cronaca politico/istituzionale, valori che restano costanti per l'intero periodo oggetto di analisi, con l'unica eccezione del calo "fisiologico" registrato nei mesi estivi; come è noto, tale diminuzione trova spiegazione nella peculiarità del periodo e nella conseguente riduzione dell'attività politica prevista dai palinsesti estivi.

Fino al mese di dicembre 2003 in tutte le emittenti le notizie di carattere istituzionale hanno assorbito il tempo maggiore dei telegiornali; tale incremento va senz'altro ricondotto anche all'attenzione data al semestre italiano della presidenza del Consiglio europeo.

Nei primi due mesi del 2004 il tempo di antenna appare distribuito in maniera omogenea tra le notizie di cronaca politica e quelle di cronaca istituzionale; nel mese di marzo i telegiornali tornano però a dedicare alla vita istituzionale una copertura maggiore di quella data alla cronaca politica.

Per quanto riguarda il monitoraggio del pluralismo politico/istituzionale della presenza dei soggetti politico/istituzionali nei programmi, sono stati considerati tutti i programmi trasmessi dalle emittenti nella giornata televisiva, ad eccezione di quelli di comunicazione politica, oggetto di un monitoraggio ad hoc.

In particolare, per ciascuna trasmissione sono stati rilevati i seguenti elementi: rete/testata di appartenenza, titolo, orario di messa in onda, di conclusione e durata complessiva, fascia di programmazione, soggetti che parlano (compresi i conduttori), macroargomenti e argomenti, tempi di parola di ciascun soggetto e tempi di argomento (il tempo di argomento indica il tempo dedicato da ciascun programma alla trattazione di uno specifico tema).

Le tabelle 3.13 e 3.14 che seguono riguardano i dati relativi alla presenza dei soggetti politico/istituzionali nei programmi; in particolare la prima tabella contiene i valori rilevati per i programmi di rete, mentre la seconda propone i dati rilevati per i programmi riconducibili alla responsabilità di una specifica testata giornalistica.

I dati, nel caso delle emittenti Rai e Mediaset, sono stati aggregati per gruppo editoriale.

Tabella 3.13 Soggetti politici e istituzionali nei programmi di rete Rai (dati aggregati Rai Uno, Rai Due, Rai Tre, Rai Educational), Mediaset (dati aggregati Retequattro, Canale 5, Italia 1) e La7: valori assoluti dei tempi di parola (aprile 2003-marzo 2004)

Periodo	Rai			Mediaset			La7		
	Tempo di parola			Tempo di parola			Tempo di parola		
	Soggetti politici	Soggetti istituzionali	Totale	Soggetti politici	Soggetti istituzionali	Totale	Soggetti politici	Soggetti istituzionali	Totale
1-30 aprile 2003	6.48.58	2.06.03	8.55.01	1.30.16	0.12.08	1.42.24	0.28.50	0.04.18	0.33.08
1-31 maggio 2003	0.43.59	0.36.56	1.20.55	0.22.04	0.00.27	0.22.31	0.33.34	0.19.00	0.52.34
1-30 giugno 2003	3.31.06	1.28.18	4.59.24	2.00.01	0.42.09	2.42.10	0.18.45	0.03.41	0.22.26
1-31 luglio 2003	8.40.58	1.08.05	9.49.03	1.27.48	0.33.27	2.01.15	0.24.18	0.00.47	0.25.05
1-31 agosto 2003	3.30.34	0.20.07	3.50.41	0.15.14	0.02.14	0.17.28	0.03.25	0.02.16	0.05.41
1-30 settembre 2003	7.49.27	3.41.46	11.31.13	1.00.09	0.27.42	1.27.51	9.44.39	2.30.54	12.15.33
1-31 ottobre 2003	15.24.47	4.38.01	20.02.48	2.38.22	1.02.05	3.40.27	18.33.28	3.48.04	22.21.32
1-30 novembre 2003	16.04.08	6.16.51	22.20.59	5.30.50	1.36.50	7.07.40	12.22.20	3.23.38	15.45.58
1-31 dicembre 2003	14.50.57	6.35.38	21.26.35	3.16.55	2.30.17	5.47.12	10.37.17	2.05.16	12.42.33
1-31 gennaio 2004	15.43.41	3.55.49	19.39.30	4.08.29	1.04.22	5.12.51	9.08.19	1.10.27	10.18.46
1-29 febbraio 2004	18.27.24	8.04.31	26.31.55	4.16.49	2.31.41	6.48.30	14.50.51	1.50.44	16.41.35
1-31 marzo 2004	22.07.33	7.45.30	29.53.03	1.12.50	1.06.03	2.18.53	13.13.01	3.36.59	16.50.00
Totale	**133.43.32**	**46.37.35**	**180.21.07**	**24.22.52**	**11.49.25**	**39.29.12**	**90.18.47**	**18.56.04**	**109.14.51**

Tempo di parola: tempo in cui il soggetto politico/istituzionale parla direttamente in voce.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Centro d'ascolto dell'informazione radiotelevisiva.

Relativamente ai programmi di rete, i dati di monitoraggio evidenziano che in tutte le emittenti i soggetti politici hanno avuto una visibilità maggiore dei soggetti istituzionali, registrata prevalentemente nei programmi delle reti Rai e di La7.

L'analisi del *trend* dei mostra che dal mese di ottobre il tempo impegnato dai soggetti politico/istituzionali nei programmi totalizza un monte ore notevolmente superiore a quello rilevato nei mesi precedenti, risultato dovuto anche alla visibilità offerta dalle nuove trasmissioni del palinsesto autunnale.

Si dà conto di seguito dei titoli dei programmi di rete che nel periodo preso in esame registrano il maggior numero di presenze di soggetti politico/istituzionali:

a. In "Porta a porta", previsto dal palinsesto di Rai uno, in onda in seconda serata, lo spazio fruito dai rappresentanti politici e istituzionali è stato pari a 49h38'42";

b. "Excalibur", programma di Rai due, ha dato voce agli ospiti politico/istituzionali per 6h43'34";

c. nei programmi "Telecamere" e "Ballarò", in onda su Rai tre, i tempi di parola rilevati per gli esponenti politico/istituzionali sono stati, rispettivamente, di 18h46'40" e di 15h18'54";

d. in "La zona Rossa" e "Parlamento in", entrambi ricondotti dal 1° marzo 2004 alla responsabilità della testata giornalistica Video news, trasmessi su Retequattro, hanno proposto spazi di parola pari a 7h22'11" e 4h16'23";

e. nel programma "Maurizio Costanzo show", previsto dal palinsesto di Canale 5, gli ospiti politici e istituzionali hanno impegnato un tempo complessivo di 10h48'43";

f. "Omnibus", con un tempo totale di 48h36'08", è stato il programma di La7 che ha offerto la maggiore visibilità agli esponenti politici e istituzionali.

I programmi appena citati, con l'eccezione del programma "La zona rossa", sono stati ricondotti sotto la responsabilità della testate giornalistiche in occasione della campagna referendaria del 2003.

Pertanto, i valori dei tempi di parola riportati per tali programmi sono stati calcolati escludendo i tempi rilevati nel periodo di riconduzione alle testate.

La tabella 3.14, relativa ai programmi di testata, mostra che la presenza dei soggetti politico/istituzionali si è concentrata prevalentemente nelle trasmissioni Rai, per un tempo totale di 172h56'43"; in particolare, sono stati "Settegiorni Parlamento", "TG Parlamento" e "Question time", programmi della testata Tribune e Servizi Parlamentari, a contenere il maggior numero di interventi di soggetti politico/istituzionali.

Tabella 3.14 Soggetti politici e istituzionali nei programmi di testata Rai (dati aggregati Tg1, Tg2, Tg3, TSP, Rai Sport, TgR), Mediaset (dati aggregati Tg4, Tg5, TgCom, Studio Aperto, Sport mediaset, Video News) e di La7: valori assoluti dei tempi di parola (aprile 2003-marzo 2004)

Periodo	Rai Tempo di parola			Mediaset Tempo di parola			La7 Tempo di parola		
	Soggetti politici	Soggetti istituzionali	Totale	Soggetti politici	Soggetti istituzionali	Totale	Soggetti politici	Soggetti istituzionali	Totale
1-30 aprile 2003	13.26.41	5.26.30	18.53.11	1.34.43	0.37.02	2.11.45	7.52.06	2.12.50	10.04.56
1-31 maggio 2003	25.45.07	9.50.04	35.36.01	1.58.58	1.11.40	3.10.38	9.30.19	1.03.50	10.34.09
1-30 giugno 2003	14.58.11	7.28.13	22.26.24	0.04.30	1.46.21	1.50.51	5.31.38	0.46.27	6.18.05
1-31 luglio 2003	9.26.00	3.28.15	12.54.15	0.00.53	0.02.32	0.03.25	2.53.11	2.03.31	4.56.42
1-31 agosto 2003	0.25.04	0.23.56	0.49.00	0.01.09	0.49.07	0.50.16	0.02.15	0.00.00	0.02.15
1-30 settembre 2003	4.14.12	3.45.35	7.59.47	0.00.27	0.00.00	0.00.27	0.00.20	0.01.06	0.01.26
1-31 ottobre 2003	9.35.46	5.24.38	15.00.24	0.00.50	0.29.58	0.30.48	1.26.04	0.36.24	2.02.28
1-30 novembre 2003	7.30.20	3.29.54	11.00.14	0.59.17	0.35.43	1.35.00	0.42.38	0.01.23	0.44.01
1-31 dicembre 2003	10.05.02	4.54.20	14.59.22	1.02.10	1.13.16	2.15.26	0.23.38	0.30.48	0.54.26
1-31 gennaio 2004	7.12.24	2.35.14	9.47.38	2.22.25	0.03.51	2.26.16	1.34.56	0.08.05	1.43.01
1-29 febbraio 2004	8.09.53	2.33.22	10.43.15	0.06.05	1.19.11	1.25.16	1.15.02	0.01.09	1.16.11
1-31 marzo 2004	9.24.39	3.22.33	12.47.12	2.40.40	1.49.03	4.29.43	0.53.49	0.02.39	0.56.28
Totale	**120.13.19**	**52.42.34**	**172.56.43**	**10.52.07**	**9.57.44**	**20.49.51**	**32.05.56**	**7.28.12**	**39.34.08**

Tempo di parola: tempo in cui il soggetto politico/istituzionale parla direttamente in voce.
Fonte: elaborazioni Autorità su dati Centro d'ascolto dell'informazione radiotelevisiva.

Decisamente inferiori gli spazi dedicati agli esponenti politici dai programmi delle testate del gruppo Mediaset (20h49'51") e dai programmi della testata TgLa7 (39h34'08"). Tra i programmi Mediaset "Speciale Tg4", riconducibile alla responsabilità della testata Tg4 e "L'alieno", riconducibile alla responsabilità della testata Studio aperto hanno dedicato lo spazio più ampio agli interventi in voce dei rappresentanti delle formazioni politiche e delle istituzioni pari, rispettivamente, a 7h27'52" e 3h53". Per quanto riguarda i programmi della testata giornalistica TgLa7, la presenza dei soggetti politico/istituzionali si è concentrata prevalentemente nella trasmissione "Speciale La7" (11h53'55" di tempo di parola).

Con riguardo al pluralismo sociale nei telegiornali e nei programmi, si ricorda preliminarmente che con l'espressione "pluralismo sociale" si intende far riferimento alla rappresentazione che i media - in questo caso le emittenti televisive nazionali - propongono delle diverse articolazioni sociali e culturali presenti nella società.

Il monitoraggio del pluralismo sociale consiste nella rilevazione di tutti i soggetti che hanno spazio nella programmazione televisiva (telegiornali e programmi diversi dai telegiornali).

I soggetti vengono classificati sulla base di un elenco tipologico costituito da 20 macro-categorie definito dall'Autorità; ogni macro-categoria si articola in micro-categorie di soggetti tipologicamente omogenei.

Tale elenco viene sottoposto a verifica periodica e, ove necessario, aggiornato e modificato.

Per il monitoraggio del pluralismo sociale nei telegiornali e nei programmi vengono adottati gli stessi criteri metodologici utilizzati per il monitoraggio del pluralismo politico/istituzionale.

I dati relativi alla presenza dei soggetti sociali nei telegiornali e nei programmi, sono elaborati mensilmente dagli Uffici dell'Autorità e pubblicati sul sito *web* dell'Autorità.

Per quanto riguarda il monitoraggio della comunicazione politica e dei messaggi autogestiti, in ottemperanza alle disposizioni della legge n. 28/2000 ed alle successive delibere di attuazione emanate dalla Commissione parlamentare di vigilanza e dall'Autorità, il monitoraggio dei programmi di comunicazione politica e dei messaggi autogestiti viene effettuato tanto in periodo ordinario, quanto in periodo elettorale.

L'attività di monitoraggio dei programmi di comunicazione politica e dei messaggi autogestiti prevede la rilevazione e l'analisi dei seguenti elementi: rete/testata; titolo; orario di messa in onda, di conclusione e durata complessiva; soggetti che parlano; macroargomenti, argomenti; tempi di antenna, di parola e di argomento.

Come è noto, nel periodo 1° aprile 2003 - 31 marzo 2004 si sono susseguite una serie di consultazioni elettorali e referendarie. In particolare:

a. la campagna per il referendum regionale abrogativo della legge regionale n. 14/02, recante "Interventi regionali a sostegno delle famiglie per

favorire il percorso educativo degli allievi delle scuole statali e paritarie" indetto nella regione Liguria per il giorno 27 aprile 2003;

b. le consultazioni comunali e provinciali nei mesi di maggio e giugno 2003;

c. la campagna per i referendum regionali abrogativi della disciplina istitutiva delle nuove province indetti nella regione Sardegna per il giorno 11 maggio 2003;

d. la consultazione per l'elezione del Consiglio e del Presidente della giunta della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia e della Regione autonoma Valle d'Aosta fissate per il giorno 8 giugno 2003;

e. le campagne per i referendum popolari per l'abrogazione delle norme che stabiliscono limiti numerici ed esenzioni per l'applicazione dell'art. 18 dello Statuto dei lavoratori e della servitù coattiva di elettrodotto, indetti per il giorno 15 giugno 2003;

f. la campagna per l'elezione suppletiva del Senato della Repubblica nel Collegio uninominale n. 21 della Regione Lazio fissata per il giorno 22 giugno 2003;

g. la consultazione per l'elezione suppletiva della Camera dei deputati nel collegio uninominale n. 2 della IX Circoscrizione Friuli-Venezia Giulia fissata per il giorno 26 ottobre 2003;

h. la consultazione per l'elezione diretta del sindaco, del vice sindaco e del consiglio comunale di Gaby fissate per il giorno 9 novembre 2003.

Soltanto in occasione delle campagne per i referendum popolari del 15 giugno 2003 le emittenti nazionali hanno previsto una programmazione ad hoc della comunicazione politica; negli altri casi, dato il carattere locale delle consultazioni, non sono state programmate e diffuse trasmissioni di comunicazione politica a livello nazionale.

Infine, nel 2003 è pervenuto un esposto sull'eccessiva presenza dei politici nei programmi di intrattenimento trasmessi dalle reti Rai. Nell'esposto viene denunciata la violazione dell'"Atto di indirizzo sulle garanzie per il pluralismo nel servizio pubblico radiotelevisivo", approvato dalla Commissione parlamentare di vigilanza l'11 marzo 2003, ed in particolare si fa riferimento alla raccomandazione che recita: "La presenza di esponenti politici nei programmi di intrattenimento, quando è frequente e abituale, alimenta la sensazione che il carattere pubblico del servizio consista nella simbiosi con la politica. Va quindi normalmente evitata e deve - comunque - trovare motivazione nella particolare competenza e responsabilità degli inviati su argomenti trattati nel programma stesso, configurando una finestra informativa nell'ambito del programma di intrattenimento alla quale si applica dunque la raccomandazione precedente. In tal modo vengono salvaguardate le finalità del servizio pubblico".

L'Autorità, pertanto, ha avviato un'istruttoria finalizzata alla valutazione delle presenze politiche in tutti i programmi di intrattenimento trasmessi nel periodo intercorrente tra la data di approvazione dell'atto di indirizzo della Commissione di vigilanza (11 marzo 2003) e la data dell'esposto

(7 novembre 2003) per verificare l'eventuale violazione degli indirizzi formulati dalla citata Commissione. L'istruttoria, che si inserisce nell'ambito della competenza attribuita al Consiglio dell'Autorità dall'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 10) della legge 249/97, è tutt'ora in corso.

La verifica del rispetto della normativa in materia di sondaggi

Tra i compiti istituzionali che l'Autorità è chiamata a svolgere, vi è anche l'attività di vigilanza e controllo sul comportamento dei mezzi di comunicazione di massa (emittenti radiofoniche e televisive nazionali e stampa quotidiana e periodica) per quanto attiene alla diffusione o pubblicazione dei risultati di sondaggi demoscopici. Tale attività è stata inizialmente svolta - per quanto attiene ai sondaggi aventi rilevanza politico/elettorale (rilevazioni in ordine all'esito delle elezioni, ovvero sull'orientamento politico o di voto degli elettori) - ai sensi dell'art. 8 della legge 22 febbraio 2000, n. 28 (cd. legge par condicio) - ed ai correlati regolamenti di attuazione[3].

In tempi successivi è stata data attuazione all'art. 1, comma 6, lett. b), punto 12 della legge n. 249/97 il quale individua, in capo alla Commissione per i servizi e i prodotti dell'Autorità stessa, il compito di verificare che la pubblicazione e la diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa sia effettuata rispettando i criteri contenuti in un apposito regolamento che essa stessa provvede ad emanare. Il regolamento previsto ha trovato concreta attuazione nella delibera n. 153/02/CSP del 25 luglio 2002 che ha esteso l'impegno e gli specifici compiti già svolti dall'Autorità in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi politico/elettorali anche alle rimanenti tipologie di rilevazioni demoscopiche.

Inoltre, con l'emanazione della delibera n. 237/03/CSP dell'11 novembre 2003, che ha modificato la delibera n. 153/02/CSP, sono stati modificati i flussi istruttori dei procedimenti relativi ai sondaggi non politico/elettorali, estendendo l'attività di vigilanza fino a ricomprendervi l'ordine di rettifica/integrazione/pubblicazione. Come già anticipato nel paragrafo 3.5., una importante novità prevista dalla delibera n. 237/03/CSP consiste nella previsione dell'adeguamento spontaneo del mezzo di comunicazione nei confronti del quale è stato avviato un procedimento. In tale contesto, se il mezzo di comunicazione provvede spontaneamente a pubblicare la nota informativa, ovvero a rettificare o integrare le indicazioni in essa contenute, l'ufficio competente, ricevuta la comunicazione e la documentazione, dispone l'archiviazione del procedimento per intervenuto adeguamento spontaneo da parte del mezzo di comunicazione.

Ciò premesso, si evidenzia che nel corso dell'anno 2003 sono state rilevate le seguenti infrazioni che hanno dato vita ad altrettante segnalazioni al competente dipartimento per l'avvio dei procedimenti amministrativi:

a. ex lege n. 28/00: 29 segnalazioni a carico di mezzi di comunicazioni di massa e 30 segnalazioni a carico degli istituti di rilevazione;

(3) In periodo non elettorale, cfr. delibera n. 200/00/CSP del 22 giugno 2000.

b. ex delibera n. 153/02/CSP: 38 segnalazioni a carico di mezzi di comunicazioni di massa e 26 segnalazioni a carico degli istituti di rilevazione;

Infine, a seguito dell'emanazione della delibera n. 237/03/CSP dell'11 novembre 2003 sono stati avviati 5 procedimenti a carico di mezzi di comunicazioni di massa e 2 segnalazioni inoltrate, a carico degli istituti di rilevazione, all'Ufficio competente.

3.7.2. Gli interventi in materia di garanzia

Nel periodo aprile 2003 - aprile 2004 l'Autorità ha continuato a svolgere i compiti previsti in tema di:

a. parità di accesso ai mezzi di informazione durante i periodi elettorali e non, e per la comunicazione politica (la cd. par condicio), per l'emittenza radiotelevisiva e la stampa;

b. tutela del pluralismo dell'informazione (articolo 1, comma 2, legge 6 agosto 1990, n. 223).

La par condicio

Nel periodo aprile 2003 - aprile 2004, l'attività istruttoria in materia di par condicio ha avuto ad oggetto le disposizioni normative contenute:

a. nella legge 10 dicembre 1993, n. 515, recante "Disciplina delle campagne elettorali per l'elezione alla Camera dei deputati e al Senato della Repubblica" pubblicata sulla Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana n. 292, s.o. del 14 dicembre 1993;

b. nella legge 22 febbraio 2000, n. 28, recante "Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica", pubblicata nella Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana n. 43 del 22 febbraio 2000.

A queste disposizioni, si affiancano i regolamenti adottati dall'Autorità e dalla Commissione parlamentare per la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, tenuto conto del riparto di competenza, che concernono sia il periodo non elettorale che quello interessato dalle competizioni elettorali.

Nel periodo non elettorale, sono stati adottati, dai due organismi citati, i seguenti provvedimenti:

a. delibera n. 200/00/CSP del 22 giugno 2000, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione nei periodi non elettorali", pubblicata nella Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana n. 152 del 1° luglio 2000;

b. regolamento della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi del 18 dicembre 2002, recante "Comunicazione politica e messaggi autogestiti nei periodi non interessati da campagne elettorali o referendarie", pubblicato nella Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana n. 303 del 28 dicembre 2002, come modificato con deliberazione del 29 ottobre 2003, pubblicata nella Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana n. 258 del 6 novembre 2003.

In particolare, nel periodo aprile 2003-aprile 2004, l'Autorità ha svolto, in applicazione della delibera n. 200/00/CSP, 18 procedimenti, con l'adozione di altrettanti provvedimenti. In 2 casi, i procedimenti si sono conclusi con provvedimenti di rettifica ai sensi dell'articolo 10, comma 8, della citata legge n. 28/00 in tema di sondaggi politici a mezzo stampa quotidiana (art. 8). In altri 2 casi, sono stati adottati provvedimenti di inammissibilità degli esposti (articolo 10, comma 1, legge 28/00), dei quali l'uno per assenza di legittimazione da parte del denunciante (con invito al Comitato regionale competente ad aprire un'istruttoria d'ufficio per la violazione dell'articolo 2, comma 1, legge n. 28/00 in tema di comunicazione politica televisiva locale); l'altro, per carenza di interesse in tema di tribuna politica tematica della concessionaria pubblica. Infine, 14 procedimenti si sono conclusi con delibere di archiviazione, di cui 3 in tema di comunicazione politica di emittenti televisive nazionali (articolo 2, comma 3, legge n. 28/00), 1 relativamente a messaggi politici autogestiti della concessionaria pubblica (articolo 3, legge n. 28/00) e 10 per intervenuto adeguamento spontaneo da parte degli editori di stampa quotidiana in materia di sondaggi politici (articolo 8, legge n. 28/00).

Per quanto riguarda il periodo elettorale, compreso fra maggio, giugno e ottobre 2003, l'Autorità ha svolto 69 procedimenti, conclusi con 47 archiviazioni, 2 provvedimenti di ripristino e 20 dichiarazioni di non procedibilità (per complessive 69 delibere). In particolare, in applicazione della delibera n. 79/03/CSP dell'8 aprile 2003, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alle campagne per le elezioni comunali e provinciali fissate nei mesi di maggio e giugno 2003", pubblicata nella Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana n. 91 del 18 aprile 2003, in 15 fattispecie le segnalazioni pervenute sono risultate non procedibili per mancanza dei requisiti di cui all'articolo 10, comma 1, della legge 28/00. In particolare, 2 segnalazioni sono risultate non procedibili per incompetenza dell'Autorità e 1 segnalazione per inapplicabilità delle procedure sanzionatorie di cui all'articolo 1, commi 31 e 32, della legge n. 249/97.

In una fattispecie, l'Autorità ha deliberato un provvedimento di ripristino, nella specie di invito al riequilibrio nel programma di informazione politica della concessionaria pubblica (articolo 10, comma 5, legge n. 28/00 e articolo 6, comma 2, della deliberazione della Commissione parlamentare di Vigilanza in tema di elezioni amministrative). A tale ordine è stata data ottemperanza nel periodo della campagna elettorale. In 31 fattispecie, il procedimento si è concluso con provvedimenti di archiviazione, di cui 7 in tema di informazione politica e 24 in tema di messaggi politici autogestiti.

In applicazione della delibera n. 80/03/CSP dell'8 aprile 2003, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alle campagne per l'elezione del Consiglio e del Presidente della giunta della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia e della Regione autonoma Valle d'Aosta fissate per il giorno 8 giugno 2003", pubblicata nella Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana n. 94 del 23 aprile 2003, in 2 fattispecie le segnalazioni