

Codice deontologico generale della professione di giornalista

INDICE:

- 1) Costituzione della Repubblica
- 2) Consiglio d'Europa - Risoluzione dell'assemblea n. 1003 del 1° luglio 1993 relativa all'etica del giornalismo e Raccomandazione n. 1215 del 10 luglio 1993 sull'etica del giornalismo.
- 3) Legge 8 febbraio 1948 n. 47. Disposizioni sulla stampa.
- 4) Dlgs 6 settembre 2005 n. 206. Codice del consumo.
- 5) Dlgs. 31 luglio 2005 n. 177. Testo unico della radiotelevisione.
- 6) L'ordinamento della professione di giornalista.
7. Privacy e attività giornalistica. Il Testo unico (Dlgs 196/2003) e il Codice per l'attività giornalistica.
8. La Carta di Treviso edizione 2006.
9. Codice di procedura penale (art. 114. Divieto di pubblicazione di atti e di immagini).
10. Codice di autoregolamentazione nei rapporti tra tv e minori.
11. Contratto nazionale di lavoro giornalistico (e deontologia).
12. La Carta dei doveri del giornalista.
13. La Carta dei Doveri dell'informazione economica.
14. Codice di autodisciplina del Sole-24 Ore.
15. Protocollo sulla trasparenza pubblicitaria.
16. La Carta dell'informazione e della programmazione a garanzia degli utenti e degli operatori del Servizio pubblico radiotelevisivo (dicembre 1995)
17. Le regole delle tv commerciali.
18. La Carta di Perugia. Informazione e malattia.
19. La Carta informazione e sondaggi.
20. Carta dei doveri del giornalista degli Uffici stampa pubblici.

1.COSTITUZIONE DELLA REPUBBLICA ITALIANA (1).

(1) La Costituzione fu approvata dall'Assemblea Costituente il 22 dicembre 1947, promulgata dal Capo provvisorio dello Stato il 27 dicembre 1947, pubblicata nella Gazz. Uff. 27 dicembre 1947, n. 298, ediz. straord., ed entrò in vigore il 1° gennaio 1948. Vedi XVIII disp. trans. fin., comma primo.

Principi fondamentali articoli 1 – 12;

PARTE I - Diritti e doveri dei cittadini: TITOLO I - Rapporti civili articoli 13 – 28

TITOLO II - Rapporti etico-sociali articoli 29 – 34

TITOLO III - Rapporti economici articoli 35 – 47

TITOLO IV - Rapporti politici articoli 48 – 54

PARTE II - Ordinamento della Repubblica: TITOLO I - Il Parlamento: Sez. I - Le Camere articoli 55 – 69

Sez. II - La formazione delle leggi articoli 70 – 82

TITOLO II - Il Presidente della Repubblica articoli 83 – 91

TITOLO III - Il Governo: Sez. I - Il Consiglio dei ministri articoli 92 – 96

Sez. II - La Pubblica Amministrazione articoli 97 – 98

Sez. III - Gli organi ausiliari articoli 99 – 100

TITOLO IV - La Magistratura: Sez. I - Ordinamento giurisdizionale articoli 101 – 110

Sez. II - Norme sulla giurisdizione articoli 111 – 113

TITOLO V - Le Regioni, le Province, i Comuni articoli 114 – 133

TITOLO VI - Garanzie costituzionali: Sez. I - La Corte costituzionale articoli 134 – 137

Sez. II - Revisione della Costituzione – Leggi costituzionali articoli 138 – 139

Disposizioni transitorie e finali articoli I - XVIII

Principi fondamentali.

1. L'Italia è una Repubblica democratica, fondata sul lavoro.

La sovranità appartiene al popolo, che la esercita nelle forme e nei limiti della Costituzione.

2. La Repubblica riconosce e garantisce i diritti inviolabili dell'uomo, sia come singolo sia nelle formazioni sociali ove si svolge la sua personalità, e richiede l'adempimento dei doveri inderogabili di solidarietà politica, economica e sociale.

3. Tutti i cittadini hanno pari dignità sociale e sono eguali davanti alla legge, senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali.

È compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e la uguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese.

PARTE PRIMA - Diritti e doveri dei cittadini

TITOLO I - Rapporti civili

21. Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione.

La stampa non può essere soggetta ad autorizzazioni o censure.

Si può procedere a sequestro soltanto per atto motivato dell'Autorità giudiziaria nel caso di delitti, per i quali la legge sulla stampa espressamente lo autorizzi, o nel caso di violazione

delle norme che la legge stessa prescriva per l'indicazione dei responsabili.

In tali casi, quando vi sia assoluta urgenza e non sia possibile il tempestivo intervento dell'Autorità giudiziaria, il sequestro della stampa periodica può essere eseguito da ufficiali di polizia giudiziaria, che devono immediatamente, e non mai oltre ventiquattro ore, fare denuncia all'Autorità giudiziaria. Se questa non lo convalida nelle ventiquattro ore successive, il sequestro s'intende revocato e privo d'ogni effetto.

La legge può stabilire, con norme di carattere generale, che siano resi noti i mezzi di finanziamento della stampa periodica.

Sono vietate le pubblicazioni a stampa, gli spettacoli e tutte le altre manifestazioni contrarie al buon costume. La legge stabilisce provvedimenti adeguati a prevenire e a reprimere le violazioni.

TITOLO II - Rapporti etico-sociali

33. L'arte e la scienza sono libere e libero ne è l'insegnamento.

La Repubblica detta le norme generali sulla istruzione ed istituisce scuole statali per tutti gli ordini e gradi.

Enti e privati hanno il diritto di istituire scuole ed istituti di educazione, senza oneri per lo Stato.

La legge, nel fissare i diritti e gli obblighi delle scuole non statali che chiedono la parità, deve assicurare ad esse piena libertà e ai loro alunni un trattamento scolastico equipollente a quello degli alunni di scuole statali.

È prescritto un esame di Stato per la ammissione ai vari ordini e gradi di scuole o per la conclusione di essi e **per l'abilitazione all'esercizio professionale.**

Le istituzioni di alta cultura, università ed accademie, hanno il diritto di darsi ordinamenti autonomi nei limiti stabiliti dalle leggi dello Stato.

2/a. Consiglio d'Europa - Risoluzione dell'assemblea n. 1003 del 1° luglio 1993 relativa all'etica del giornalismo

TRADUZIONE DI GIULIO VOTANO DA "IL DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELL'INFORMATICA" (N. 1/1995)

L'Assemblea afferma di seguito i principi etici del giornalismo e ritiene che essi debbano essere applicati dalla professione in tutta l'Europa.

INFORMAZIONI E OPINIONI.

1. Oltre ai diritti e doveri giuridici sanciti dalle norme giuridiche applicabili, i mezzi di comunicazione sociale assumono, nei confronti dei cittadini e della società, una responsabilità morale che deve essere sottolineata, segnatamente in un momento in cui l'informazione e la comunicazione rivestono una grande importanza sia per lo sviluppo della personalità dei cittadini, sia per l'evoluzione della società e della vita democratica.

2. L'esercizio del giornalismo comporta diritti e doveri, libertà e responsabilità.

3. Il principio di base di ogni riflessione morale sul giornalismo deve partire da una chiara distinzione tra notizie e opinioni, prevenendo ogni possibile confusione. Le notizie sono informazioni, fatti e dati, e le opinioni sono espressione di pensiero, di idee, di convincimenti o giudizi di valore da parte dei mezzi di comunicazione sociale, degli editori o dei giornalisti.

4. Le notizie devono essere diffuse rispettando il principio di veridicità, dopo aver costituito oggetto di verifica di rigore, e devono essere esposte, descritte e presentate con imparzialità. Non si devono confondere informazioni e voci. I titoli e i sommari devono costituire espressione il più possibile fedele del contenuto dei fatti e dei dati.

5. L'espressione di opinioni può consistere in riflessioni o commenti su idee generali o riferirsi a commenti su informazioni in rapporto ad avvenimenti concreti. Nonostante l'espressione di opinioni sia soggettiva e non si possa né debba pretenderne la veridicità, è tuttavia possibile richiedere che l'espressione di opinioni sia effettuata in base a esposizioni leali e corrette dal punto di vista etico.

6. Le opinioni sotto forma di commento su avvenimenti o azioni riguardanti persone o istituzioni non devono tendere a negare o nascondere la realtà dei fatti o dei dati.

IL DIRITTO ALLA INFORMAZIONE COME DIRITTO FONDAMENTALE DELLE PERSONE - EDITORI PROPRIETARI E GIORNALISTI.

7. I mezzi di comunicazione sociale adempiono a una funzione di «mediazione» e di prestazione del servizio di informazione, e i diritti che essi esercitano in relazione alla libertà dell'informazione esistono in funzione dei destinatari, ossia dei cittadini.

8. L'informazione costituisce un diritto fondamentale, messo in luce dalla giurisprudenza della Commissione e della Corte europea dei Diritti dell'Uomo relative all'art. 10 della Convenzione europea dei Diritti dell'Uomo e riconosciuto dall'art. 9 della Convenzione europea sulla televisione transfrontaliera, come dalle Costituzioni democratiche. Tale diritto spetta ai cittadini, che possono parimenti pretendere che l'informazione fornita dal giornalista sia trasposta fedelmente nelle notizie e commentata con lealtà, senza ingerenze esterne sia da parte dei pubblici poteri, che da soggetti privati.

9. I poteri pubblici non devono considerarsi proprietari dell'informazione. La rappresentanza pubblica consente di agire allo scopo di garantire e sviluppare il pluralismo dei mezzi di

comunicazione sociale, e di assicurare le condizioni necessarie all'esercizio della libertà di espressione e dei diritti alla informazione, escludendo la censura preventiva. Il Comitato dei Ministri ne è consapevole, come dimostra la Dichiarazione sulla libertà di espressione e di informazione adottata il 29 aprile 1982.

10. È necessario tenere a mente che il giornalismo si poggia sui mezzi di comunicazione sociale che sono supportati da una struttura imprenditoriale all'interno della quale si distinguono editori, proprietari e giornalisti. Per tale motivo è necessario garantire non soltanto la libertà dei mezzi di comunicazione sociale, ma anche la libertà nei mezzi di comunicazione sociale evitando le pressioni interne.

11. Le imprese di informazione devono essere considerate come imprese socio-economiche speciali, i cui obiettivi imprenditoriali saranno limitati dalle condizioni intese a rendere possibile l'esercizio di un diritto fondamentale.

12. Nelle imprese di informazione, è necessaria una totale trasparenza in materia di proprietà e di gestione dei mezzi di comunicazione sociale, perché i cittadini conoscano chiaramente l'identità dei proprietari e il loro livello di coinvolgimento economico nei mezzi di comunicazione sociale.

13. Nell'impresa stessa, gli editori devono coabitare con i giornalisti, tenendo conto della circostanza che il rispetto legittimo dell'orientamento ideologico degli editori o dei proprietari è limitato da irrinunciabili esigenze di veridicità delle notizie e di rettitudine morale delle opinioni, richieste dal diritto fondamentale dei cittadini all'informazione.

14. In funzione di tali esigenze, occorre rafforzare le garanzie di libertà di espressione dei giornalisti che sono coloro i quali, in ultima battuta, trasmettono l'informazione. A tal fine, è necessario perfezionare giuridicamente e chiarire la natura della clausola di coscienza e del segreto professionale sulle fonti confidenziali. armonizzando le disposizioni nazionali, allo scopo di poterli applicare nel più esteso quadro dello spazio democratico europeo.

15. Né gli editori, né i proprietari, né i giornalisti devono ritenere che l'informazione appartenga loro. Nell'impresa che abbia vocazione alla informazione, questa non deve essere come una merce ma come un diritto fondamentale dei cittadini. Conseguentemente, né la qualità delle informazioni o delle opinioni, né il significato di queste devono essere sfruttati allo scopo di aumentare il numero dei lettori o l'audience, e in linea di consequenzialità le entrate pubblicitarie.

16. Ogni informazione conforme agli imperativi etici richiede che i suoi destinatari siano considerati quali persone e non come massa.

LA FUNZIONE DEL GIORNALISMO E LA SUA ATTIVITÀ ETICA.

17. L'informazione e la comunicazione, funzioni svolte dal giornalismo attraverso i mezzi di comunicazione sociale e con il supporto formidabile delle nuove tecnologie, hanno una importanza decisiva nello sviluppo individuale e sociale. Esse sono indispensabili alla vita democratica, in quanto deve essere garantita la partecipazione dei cittadini ai pubblici affari perché la democrazia possa svilupparsi pienamente. E ciò sarebbe impossibile se i cittadini non ricevessero l'informazione necessaria in materia di pubblici affari, che devono fornire loro i mezzi di comunicazione sociale.

18. L'importanza dell'informazione e in particolare della radio e della televisione, nella cultura e nella educazione, è stata sottolineata nella Raccomandazione 1067 dell'Assemblea. Le sue ripercussioni sull'opinione pubblica sono evidenti.

19. Sarebbe peraltro erroneo trarne la conclusione che i mezzi di comunicazione sociale rappresentino l'opinione pubblica o che essi debbano adempiere le funzioni proprie dei pubblici poteri o delle istituzioni educative o culturali come la scuola.

20. Ciò condurrebbe alla trasformazione dei mezzi di comunicazione sociale e del giornalismo in poteri e contropoteri («mediocrazia»), senza che essi siano rappresentativi dei cittadini o soggetti ai controlli democratici come i poteri pubblici, e senza che essi posseggano la specializzazione delle istituzioni culturali o educative competenti.

21. Di conseguenza, il giornalismo non deve condizionare o mediare l'informazione vera o imparziale, né le opinioni corrette nella pretesa di creare o di formare l'opinione pubblica, dato che la sua legittimità risiede nel rispetto effettivo del diritto fondamentale dei cittadini alla informazione nel quadro del rispetto dei valori democratici. In tal senso il corretto giornalismo investigativo trova i suoi limiti nella veridicità e correttezza delle informazioni e delle opinioni, ed è incompatibile con qualsiasi campagna giornalistica realizzata sulla base di prese di posizioni precostituite ed al servizio di interessi particolari.

22. I giornalisti, nelle informazioni fornite e nelle opinioni formulate, sono tenuti al rispetto della presunzione d'innocenza, segnatamente nei casi ancora *sub judice*, evitando di formulare verdetti.

23. Il diritto delle persone alla riservatezza deve essere rispettato. Le persone che esercitano funzioni pubbliche hanno diritto alla protezione della propria vita privata salvo il caso in cui essa abbia rilievo sulla vita pubblica. La circostanza che una persona svolga una pubblica funzione non la priva del diritto alla riservatezza.

24. La ricerca di un equilibrio tra il diritto alla riservatezza, sancito dall'art. 8 della Convenzione europea dei Diritti dell'Uomo, e la libertà di espressione, sancita dall'art. 10, è compiutamente illustrata dalla recente giurisprudenza della Commissione e della Corte europea dei Diritti dell'Uomo.

25. Nell'esercizio della professione di giornalista, il fine non giustifica i mezzi; l'informazione deve pertanto essere ottenuta con mezzi legali e morali.

26. Su richiesta degli interessati, i mezzi di comunicazione provvederanno alla rettifica automatica e sollecita, nelle opportune forme informative, delle informazioni ed opinioni che si rivelino false o erronee. La legislazione nazionale deve prevedere sanzioni adeguate e, ove necessario, il risarcimento.

27. Ai fini di una armonizzazione nell'esercizio di tale diritto negli Stati membri del Consiglio d'Europa, è opportuno attivare la Risoluzione (74) 26 sul diritto di rettifica - Situazione dell'individuo nei confronti della stampa, adottata dal Comitato dei Ministri il 2 luglio 1974, nonché le relative disposizioni della Convenzione europea sulla televisione transfrontaliera.

28. Al fine di assicurare la qualità del lavoro giornalistico e la sua indipendenza, è necessario garantire un trattamento economico dignitoso e condizioni di lavoro, mezzi e strumenti di lavoro appropriati.

29. Nelle relazioni che si renda necessario instaurare con i pubblici poteri e gli ambienti economici, i giornalisti sono tenuti ad evitare di creare situazioni di connivenza lesive dell'indipendenza ed imparzialità della professione.

30. I giornalisti non devono confondere gli eventi conflittuali o spettacolari con i fatti rilevanti dal punto di vista informativo. Nell'esercizio della professione, essi non devono avere quale obiettivo principale l'acquisizione del prestigio e l'esercizio di influenze personali.

31. Data la complessità del processo informativo, il quale presuppone sempre più l'impiego delle nuove tecnologie, della rapidità e di un processo di sintesi, è necessario pretendere dal giornalista una adeguata formazione professionale.

REGOLAMENTI RELATIVI ALLA REDAZIONE GIORNALISTICA.

32. Nelle imprese di informazione, gli editori, i proprietari e i giornalisti devono convivere. A tale scopo, è necessario elaborare dei regolamenti della redazione giornalistica per disciplinare i rapporti professionali dei giornalisti con i proprietari e gli editori all'interno dei mezzi di comunicazione sociale, indipendentemente dalle ordinarie obbligazioni tra parti sociali. Sarà possibile prevedere in tali regolamenti l'esistenza di comitati di redazione.

SITUAZIONI DI CONFLITTO ED IPOTESI DI TUTELA SPECIALE.

33. La società vive talvolta situazioni di conflitto e tensione originate dalla pressione di fattori quali terrorismo, discriminazione di minoranze, xenofobia o guerra. In tali circostanze, i mezzi di comunicazione sociale hanno l'obbligo morale di difendere i valori della democrazia: rispetto alla dignità umana e ricerca di soluzioni con metodi pacifici e in uno spirito di tolleranza. Essi devono, di conseguenza, opporsi alla violenza e al linguaggio odioso e intollerante, rifiutando ogni discriminazione basata sulla cultura, il sesso o la religione.

34. Nessuno deve mantenersi neutrale di fronte alla difesa dei valori democratici. A tale scopo, i mezzi di comunicazione sociale devono contribuire in misura determinante a prevenire i momenti di tensione a favorire la mutua comprensione, la tolleranza e la fiducia tra le diverse comunità nelle regioni in conflitto, come ha fatto il Segretario Generale del Consiglio d'Europa incentivando l'adozione di misure fiduciarie nel territorio della *ex* Jugoslavia.

35. Tenuto conto della specifica influenza dei mezzi di comunicazione sociale, ed in particolare della televisione, sulla sensibilità dei minori, è opportuno evitare la trasmissione di programmi, messaggi o immagini che esaltino la violenza, sfruttino il sesso e il consumo, ovvero facciano uso di un linguaggio deliberatamente sconveniente.

ETICA E AUTODISCIPLINA DEL GIORNALISMO.

36. Tenuto conto di quanto sopra, i mezzi di comunicazione sociale devono impegnarsi a rispettare principi deontologici rigorosi che garantiscano la libertà di espressione e il diritto fondamentale dei cittadini a ricevere informazioni vere ed opinioni corrette.

37. Per la vigilanza sul rispetto di tali principi, è necessario creare organismi o meccanismi di autocontrollo composti da editori, giornalisti, associazioni di utenti dei mezzi di comunicazione sociale, rappresentanti degli ambienti universitari e giudiziari, che elaborino risoluzioni sul rispetto dei precetti deontologici da parte dei giornalisti, che i mezzi di comunicazione sociale si impegneranno a rendere pubblici. Ciò aiuterà il cittadino, titolare del diritto alla informazione, a formarsi un'opinione critica sul lavoro dei giornalisti e sulla loro credibilità.

38. Gli organismi o i meccanismi di autodisciplina come le associazioni di utenti dei mezzi di comunicazione sociale e i componenti istituti universitari potranno pubblicare annualmente le ricerche effettuate a *posteriori* sulla veridicità delle informazioni diffuse dai mezzi di comunicazione sociale, rispetto alla realtà dei fatti. In tal modo, si avrà un barometro della credibilità che informerà i cittadini sul valore etico di ogni mezzo di comunicazione sociale o di ogni servizio, o di un giornalista in particolare. I correttivi conseguentemente adottati consentiranno allo stesso tempo di migliorare l'esercizio della professione di giornalista.

2/b. Raccomandazione n. 1215 del 10 luglio 1993 sull'etica del giornalismo.

1. L'Assemblea richiama i suoi lavori nell'ambito dei mezzi di comunicazione sociale e in particolare la Risoluzione 428 (1970) recante una dichiarazione sui mezzi di comunicazione di massa e i diritti dell'uomo, e la Raccomandazione 963 (1983) relativa ai mezzi culturali ed educativi per ridurre la violenza.

2. A seguito delle critiche sul ruolo dei mezzi di comunicazione sociale durante la guerra del Golfo, la commissione della cultura e dell'educazione ha organizzato una audizione parlamentare sull'etica del giornalismo, il 26 giugno 1991 a Helsinki, nel corso della quale è stato espresso un certo numero di preoccupazioni.

3. Dal 1970, l'Assemblea parlamentare, oltre che altre istituzioni come il Parlamento Europeo (Risoluzione del 16 settembre 1992 sulla concentrazione dei mezzi di comunicazione sociale e il pluralismo delle opinioni) hanno richiesto l'elaborazione di codici deontologici del giornalismo. Nondimeno, i testi esistenti in materia non hanno una portata internazionale sufficientemente estesa e la loro efficacia, in pratica, resta pertanto molto limitata.

4. I cittadini di diversi Stati membri del Consiglio d'Europa condividono in misura crescente le medesime risorse medialiali all'interno di un comune spazio informativo europeo.

5. Conseguentemente, l'Assemblea raccomanda al Comitato dei Ministri:

i. di invitare i governi degli Stati membri a vigilare a che le leggi garantiscano l'organizzazione di mezzi di comunicazione sociale pubblici in modo da assicurare la neutralità delle informazioni, il pluralismo delle opinioni e l'uguaglianza dei sessi, nonché un diritto di rettifica equivalente per ogni cittadino che ne abbia fatto richiesta;

ii. di studiare, in collaborazione con organizzazioni non governative come la Federazione Internazionale dei Giornalisti (FIJ), la possibilità di istituire nell'ambito del Consiglio d'Europa un meccanismo europeo di autodisciplina dell'informazione, concepito come un «*ombudsman*» europeo dei mezzi di comunicazione sociale con la rappresentatività internazionale che ciò implica, derivante, per quanto possibile, da corrispondenti organi o meccanismi nazionali di autodisciplina, con funzionamento e ruolo simili;

iii. di promuovere la creazione di associazioni di utenti dei mezzi di comunicazione sociale e di incoraggiare le scuole a sviluppare un insegnamento concernente l'utilizzazione dei mezzi di comunicazione sociale;

iv. di adottare una dichiarazione sull'etica del giornalismo, secondo le direttive della Risoluzione 1003 (1993), e di promuovere l'applicazione di tali principi di base negli Stati membri del Consiglio d'Europa.

3. Legge 8 febbraio 1948, n. 47 (1). Disposizioni sulla stampa.

(1) Pubblicata nella Gazz. Uff. 20 febbraio 1948, n. 43.

3. Direttore responsabile.

Ogni giornale o altro periodico deve avere un direttore responsabile.

Il direttore responsabile deve essere cittadino italiano e possedere gli altri requisiti per l'iscrizione nelle liste elettorali politiche.

Può essere direttore responsabile anche l'italiano non appartenente alla Repubblica, se possiede gli

altri requisiti per la iscrizione nelle liste elettorali politiche.

Quando il direttore sia investito di mandato parlamentare, deve essere nominato un vice direttore,

che assume la qualità di responsabile.

Le disposizioni della presente legge, concernenti il direttore responsabile, si applicano alla persona

che assume la responsabilità ai sensi del comma precedente (2) (2/a).

(2) Vedi anche gli articoli. 46 e 47 della legge 3 febbraio 1963 n. 69.

(2/a) L'art. 9, L. 6 febbraio 1996, n. 52, riportata alla voce Comunità europee, ha equiparato i cittadini degli stati membri della Comunità europea ai cittadini italiani, agli effetti degli artt. 3 e 4 della presente legge.

5. Registrazione.

Nessun giornale o periodico può essere pubblicato se non sia stato registrato presso la cancelleria del tribunale, nella cui circoscrizione la pubblicazione deve effettuarsi.

Per la registrazione occorre che siano depositati nella cancelleria:

1) una dichiarazione, con le firme autenticate del proprietario e del direttore o vice direttore responsabile, dalla quale risultino il nome e il domicilio di essi e della persona che esercita l'impresa

giornalistica, se questa è diversa dal proprietario, nonché il titolo e la natura della pubblicazione;

2) i documenti comprovanti il possesso dei requisiti indicati negli artt. 3 e 4;

3) un documento da cui risulti l'iscrizione nell'albo dei giornalisti, nei casi in cui questa sia richiesta

dalle leggi sull'ordinamento professionale;

4) copia dell'atto di costituzione o dello statuto, se proprietario è una persona giuridica.

Il presidente del tribunale o un giudice da lui delegato, verificata la regolarità dei documenti presentati, ordina, entro quindici giorni, l'iscrizione del giornale o periodico in apposito registro tenuto dalla cancelleria.

Il registro è pubblico.

8. Risposte e rettifiche.

Il direttore o, comunque, il responsabile è tenuto a fare inserire gratuitamente nel quotidiano o nel periodico o nell'agenzia di stampa le dichiarazioni o le rettifiche dei soggetti di cui siano state pubblicate immagini od ai quali siano stati attribuiti atti o pensieri o affermazioni da essi ritenuti lesivi della loro dignità o contrari a verità, purché le dichiarazioni o le rettifiche non abbiano contenuto suscettibile di incriminazione penale.

Per i quotidiani, le dichiarazioni o le rettifiche di cui al comma precedente sono pubblicate, non oltre due giorni da quello in cui è avvenuta la richiesta, in testa di pagina e collocate nella stessa pagina del giornale che ha riportato la notizia cui si riferiscono.

Per i periodici, le dichiarazioni o le rettifiche sono pubblicate, non oltre il secondo numero successivo alla settimana in cui è pervenuta la richiesta, nella stessa pagina che ha riportato la notizia cui si riferisce.

Le rettifiche o dichiarazioni devono fare riferimento allo scritto che le ha determinate e devono essere pubblicate nella loro interezza, purché contenute entro il limite di trenta righe, con le medesime caratteristiche tipografiche, per la parte che si riferisce direttamente alle affermazioni contestate.

Qualora, trascorso il termine di cui al secondo e terzo comma, la rettifica o dichiarazione non sia stata pubblicata o lo sia stata in violazione di quanto disposto dal secondo, terzo e quarto comma, l'autore della richiesta di rettifica, se non intende procedere a norma del decimo comma dell'articolo 21, può chiedere al pretore, ai sensi dell'articolo 700 del codice di procedura civile, che sia ordinata la pubblicazione.

La mancata o incompleta ottemperanza all'obbligo di cui al presente articolo è punita con la sanzione amministrativa da lire 15.000.000 a lire 25.000.000.

La sentenza di condanna deve essere pubblicata per estratto nel quotidiano o nel periodico o nell'agenzia. Essa, ove ne sia il caso, ordina che la pubblicazione omessa sia effettuata.

14. Pubblicazioni destinate all'infanzia o all'adolescenza.

Le disposizioni dell'art. 528 del Codice penale si applicano anche alle pubblicazioni destinate ai fanciulli ed agli adolescenti, quando, per la sensibilità e impressionabilità ad essi proprie, siano comunque idonee a offendere il loro sentimento morale od a costituire per essi incitamento alla corruzione, al delitto o al suicidio. Le pene in tali casi sono aumentate.

Le medesime disposizioni si applicano a quei giornali e periodici destinati all'infanzia, nei quali la descrizione o l'illustrazione di vicende poliziesche e di avventure sia fatta, sistematicamente o ripetutamente, in modo da favorire il disfrenarsi di istinti di violenza e di indisciplina sociale (8).

(8) Vedi la L. 17 giugno 1975, n. 355.

15. Pubblicazioni a contenuto impressionante o raccapricciante.

Le disposizioni dell'art. 528 del Codice penale si applicano anche nel caso di stampati i quali descrivano o illustrino, con particolari impressionanti o raccapriccianti, avvenimenti realmente verificatisi o anche soltanto immaginari, in modo da poter turbare il comune sentimento della morale o l'ordine familiare o da poter provocare il diffondersi di suicidi o delitti (9) (10/cost).

(9) Vedi la L. 17 giugno 1975, n. 355V.

(10) La Corte costituzionale, con sentenza 11-17 luglio 2000, n. 293 (Gazz. Uff. 26 luglio 2000, n. 31, serie speciale), ha dichiarato non fondata la questione di legittimità costituzionale dell'art. 15, sollevata in riferimento agli artt. 3, 21, sesto comma, e 25 della Costituzione.

4. Dlgs 6 settembre 2005 n. 206. Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229. (Pubblicato nella Gazz. Uff. 8 ottobre 2005, n. 235, S.O.).

23. Trasparenza della pubblicità.

1. La pubblicità deve essere chiaramente riconoscibile come tale. La pubblicità a mezzo di stampa deve essere distinguibile dalle altre forme di comunicazione al pubblico, con modalità grafiche di evidente percezione.

.....

5. Dlgs. 31 luglio 2005 n. 177. Testo unico della radiotelevisione. (1)

(1) - Pubblicato nella Gazz. Uff. 7 settembre 2005, n. 208, S.O..

3. Principi fondamentali.

1. Sono principi fondamentali del sistema radiotelevisivo la garanzia della libertà e del pluralismo dei mezzi di comunicazione radiotelevisiva, la tutela della libertà di espressione di ogni individuo, inclusa la libertà di opinione e quella di ricevere o di comunicare informazioni o idee senza limiti di frontiere, l'obiettività, la completezza, la lealtà e l'imparzialità dell'informazione, l'apertura alle diverse opinioni e tendenze politiche, sociali, culturali e religiose e la salvaguardia delle diversità etniche e del patrimonio culturale, artistico e ambientale, a livello nazionale e locale, nel rispetto delle libertà e dei diritti, in particolare della dignità della persona, della promozione e tutela del benessere, della salute e dell'armonico sviluppo fisico, psichico e morale del minore, garantiti dalla Costituzione, dal diritto comunitario, dalle norme internazionali vigenti nell'ordinamento italiano e dalle leggi statali e regionali.

4. Principi generali del sistema radiotelevisivo a garanzia degli utenti.

1. La disciplina del sistema radiotelevisivo, a tutela degli utenti, garantisce:

a) l'accesso dell'utente, secondo criteri di non discriminazione, ad un'ampia varietà di informazioni e di contenuti offerti da una pluralità di operatori nazionali e locali, favorendo a tale fine la fruizione e lo sviluppo, in condizioni di pluralismo e di libertà di concorrenza, delle opportunità offerte dall'evoluzione tecnologica da parte dei soggetti che svolgono o intendono svolgere attività nel sistema delle comunicazioni;

b) la trasmissione di programmi che rispettino i diritti fondamentali della persona, essendo, comunque, vietate le trasmissioni che contengono messaggi cifrati o di carattere subliminale o incitamenti all'odio comunque motivato o che inducono ad atteggiamenti di intolleranza basati su differenze di razza, sesso, religione o nazionalità o che, anche in relazione all'orario di trasmissione, possono nuocere allo sviluppo fisico, psichico o morale dei minori o che presentano scene di violenza gratuita o insistita o efferata ovvero pornografiche, salve le norme speciali per le trasmissioni ad accesso condizionato che comunque impongano l'adozione di un sistema di controllo specifico e selettivo;

c) la diffusione di trasmissioni pubblicitarie e di televendite leali ed oneste, che rispettino la dignità della persona, non evocino discriminazioni di razza, sesso e nazionalità, non offendano convinzioni religiose o ideali, non inducano a comportamenti pregiudizievoli per la salute, la sicurezza e l'ambiente, non possano arrecare pregiudizio morale o fisico a minorenni, non siano inserite nei cartoni animati destinati ai bambini o durante la trasmissione di funzioni religiose e siano riconoscibili come tali e distinte dal resto dei programmi con mezzi di evidente percezione, con esclusione di quelli che si avvalgono di una potenza sonora superiore a quella ordinaria dei programmi, fermi gli ulteriori limiti e divieti previsti dalle leggi vigenti;

d) la diffusione di trasmissioni sponsorizzate, che rispettino la responsabilità e l'autonomia editoriale del fornitore di contenuti nei confronti della trasmissione, siano riconoscibili come tali e non stimolino all'acquisto o al noleggio dei prodotti o dei servizi dello sponsor, salvi gli ulteriori limiti e divieti stabiliti dalle leggi vigenti in relazione alla natura dell'attività dello

sponsor o all'oggetto della trasmissione;

e) la trasmissione di apposita rettifica, quando l'interessato si ritenga leso nei suoi interessi morali o materiali da trasmissioni o notizie contrarie a verità, purché tale rettifica non abbia contenuto che possa dare luogo a responsabilità penali o civili e non sia contraria al buon costume;

7. Principi generali in materia di informazione e di ulteriori compiti di pubblico servizio nel settore radiotelevisivo.

1. L'attività di informazione radiotelevisiva, da qualsiasi emittente o fornitore di contenuti esercitata, costituisce un servizio di interesse generale ed è svolta nel rispetto dei principi di cui al presente capo.

2. La disciplina dell'informazione radiotelevisiva, comunque, garantisce:

a) la presentazione veritiera dei fatti e degli avvenimenti, in modo tale da favorire la libera formazione delle opinioni, comunque non consentendo la sponsorizzazione dei notiziari;

b) la trasmissione quotidiana di telegiornali o giornali radio da parte dei soggetti abilitati a fornire contenuti in ambito nazionale o locale su frequenze terrestri;

c) l'accesso di tutti i soggetti politici alle trasmissioni di informazione e di propaganda elettorale e politica in condizioni di parità di trattamento e di imparzialità, nelle forme e secondo le modalità indicate dalla legge;

d) la trasmissione dei comunicati e delle dichiarazioni ufficiali degli organi costituzionali indicati dalla legge;

e) l'assoluto divieto di utilizzare metodologie e tecniche capaci di manipolare in maniera non riconoscibile allo spettatore il contenuto delle informazioni.

3. L'Autorità stabilisce ulteriori regole per le emittenti radiotelevisive ed i fornitori di contenuti in ambito nazionale, per rendere effettiva l'osservanza dei principi di cui al presente capo nei programmi di informazione e di propaganda.

4. Il presente testo unico individua gli ulteriori e specifici compiti e obblighi di pubblico servizio che la società concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo è tenuta ad adempiere nell'ambito della sua complessiva programmazione, anche non informativa, ivi inclusa la produzione di opere audiovisive europee realizzate da produttori indipendenti, al fine di favorire l'istruzione, la crescita civile e il progresso sociale, di promuovere la lingua italiana e la cultura, di salvaguardare l'identità nazionale e di assicurare prestazioni di utilità sociale.

5. Il contributo pubblico percepito dalla società concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo, risultante dal canone di abbonamento alla radiotelevisione, è utilizzabile esclusivamente ai fini dell'adempimento dei compiti di servizio pubblico generale affidati alla stessa, con periodiche verifiche di risultato e senza turbare le condizioni degli scambi e della concorrenza nella Comunità europea. Ferma la possibilità per la società concessionaria di stipulare contratti o convenzioni a prestazioni corrispettive con pubbliche amministrazioni, sono escluse altre forme di finanziamento pubblico in suo favore.

6. L'ordinamento della professione di giornalista.

(legge 3 febbraio 1963 n. 69)

1. ORDINE DEI GIORNALISTI

È istituito l'Ordine dei giornalisti.

Ad esso appartengono i giornalisti professionisti e i pubblicisti, iscritti nei rispettivi elenchi dell'Albo.

Sono professionisti coloro che esercitano in modo esclusivo e continuativo la professione di giornalista.

Sono pubblicisti coloro che svolgono attività giornalistica non occasionale e retribuita anche se esercitano altre professioni o impieghi.

Le funzioni relative alla tenuta dell'Albo, e quelle relative alla disciplina degli iscritti, sono esercitate, per ciascuna regione o gruppo di regioni da determinarsi nel Regolamento, da un Consiglio dell'Ordine, secondo le norme della presente legge.

Tanto gli Ordini regionali e interregionali, quanto l'Ordine nazionale, ciascuno nei limiti della propria competenza, sono persone giuridiche di diritto pubblico.

2. DIRITTI E DOVERI

È diritto insopprimibile dei giornalisti la libertà d'informazione e di critica, limitata dall'osservanza delle norme di legge dettate a tutela della personalità altrui ed è loro obbligo inderogabile il rispetto della verità sostanziale dei fatti osservati sempre i doveri imposti dalla lealtà e dalla buona fede.

Devono essere rettificate le notizie che risultino inesatte, e riparati gli eventuali errori.

Giornalisti e editori sono tenuti a rispettare il segreto professionale sulla fonte delle notizie, quando ciò sia richiesto dal carattere fiduciario di esse, e a promuovere lo spirito di collaborazione tra colleghi, la cooperazione fra giornalisti e editori, e la fiducia tra la stampa e i lettori.

48. PROCEDIMENTO DISCIPLINARE

Gli iscritti nell'Albo, negli elenchi o nel registro che si rendano colpevoli di fatti non conformi al decoro e alla dignità professionale, o di fatti che compromettano la propria reputazione o la dignità dell'Ordine, sono sottoposti a procedimento disciplinare.

Il procedimento disciplinare è iniziato d'ufficio dal Consiglio regionale o interregionale, o anche su richiesta del procuratore generale competente ai sensi dell'art. 44.

51. SANZIONI DISCIPLINARI

Le sanzioni disciplinari sono pronunciate con decisione motivata dal Consiglio, previa audizione dell'incolpato.

Esse sono:

- a) l'avvertimento;
- b) la censura;
- c) la sospensione dall'esercizio della professione per un periodo non inferiore a due mesi e non superiore ad un anno;
- d) la radiazione dall'Albo.

7. Privacy e attività giornalistica

Dlgs. 30 giugno 2003 n. 196. Codice in materia di protezione dei dati personali. (Pubblicato nella Gazz. Uff. 29 luglio 2003, n. 174, S.O).

Capo II - Minori

50. Notizie o immagini relative a minori.

1. Il divieto di cui all'articolo 13 del decreto del Presidente della Repubblica 22 settembre 1988, n. 448, di pubblicazione e divulgazione con qualsiasi mezzo di notizie o immagini idonee a consentire l'identificazione di un minore si osserva anche in caso di coinvolgimento a qualunque titolo del minore in procedimenti giudiziari in materie diverse da quella penale.

TITOLO XII . Giornalismo ed espressione letteraria ed artistica.

Capo I - Profili generali

136. Finalità giornalistiche e altre manifestazioni del pensiero.

1. Le disposizioni del presente titolo si applicano al trattamento:

- a) effettuato nell'esercizio della professione di giornalista e per l'esclusivo perseguimento delle relative finalità;**
- b) effettuato dai soggetti iscritti nell'elenco dei pubblicisti o nel registro dei praticanti di cui agli articoli 26 e 33 della legge 3 febbraio 1963, n. 69;**
- c) temporaneo finalizzato esclusivamente alla pubblicazione o diffusione occasionale di articoli, saggi e altre manifestazioni del pensiero anche nell'espressione artistica.**

137. Disposizioni applicabili.

1. Ai trattamenti indicati nell'articolo 136 non si applicano le disposizioni del presente codice relative:

- a) all'autorizzazione del Garante prevista dall'articolo 26;**
- b) alle garanzie previste dall'articolo 27 per i dati giudiziari;**
- c) al trasferimento dei dati all'estero, contenute nel Titolo VII della Parte I.**

2. Il trattamento dei dati di cui al comma 1 è effettuato anche senza il consenso dell'interessato previsto dagli articoli 23 e 26.

3. In caso di diffusione o di comunicazione dei dati per le finalità di cui all'articolo 136 restano fermi i limiti del diritto di cronaca a tutela dei diritti di cui all'articolo 2 e, in particolare, quello dell'essenzialità dell'informazione riguardo a fatti di interesse pubblico. Possono essere trattati i dati personali relativi a circostanze o fatti resi noti direttamente dagli interessati o attraverso loro comportamenti in pubblico.

138. Segreto professionale.

1. In caso di richiesta dell'interessato di conoscere l'origine dei dati personali ai sensi dell'articolo 7, comma 2, lettera a), restano ferme le norme sul segreto professionale degli esercenti la professione di giornalista, limitatamente alla fonte della notizia.

Capo II - Codice di deontologia

139. Codice di deontologia relativo ad attività giornalistiche.

1. Il Garante promuove ai sensi dell'articolo 12 l'adozione da parte del Consiglio nazionale dell'ordine dei giornalisti di un codice di deontologia relativo al trattamento

dei dati di cui all'articolo 136, che prevede misure ed accorgimenti a garanzia degli interessati rapportate alla natura dei dati, in particolare per quanto riguarda quelli idonei a rivelare lo stato di salute e la vita sessuale. Il codice può anche prevedere forme semplificate per le informative di cui all'articolo 13.

2. Nella fase di formazione del codice, ovvero successivamente, il Garante, in cooperazione con il Consiglio, prescrive eventuali misure e accorgimenti a garanzia degli interessati, che il Consiglio è tenuto a recepire.

3. Il codice o le modificazioni od integrazioni al codice di deontologia che non sono adottati dal Consiglio entro sei mesi dalla proposta del Garante sono adottati in via sostitutiva dal Garante e sono efficaci sino a quando diviene efficace una diversa disciplina secondo la procedura di cooperazione.

4. Il codice e le disposizioni di modificazione ed integrazione divengono efficaci quindici giorni dopo la loro pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale ai sensi dell'articolo 12.

5. In caso di violazione delle prescrizioni contenute nel codice di deontologia, il Garante può vietare il trattamento ai sensi dell'articolo 143, comma 1, lettera c).

Allegato A. Codici di deontologia

A.1 Codice di deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica. (Provvedimento del Garante del 28 luglio 1998, in G.U. 3 agosto 1998, n. 179)

Privacy. Codice deontologico nell'esercizio dell'attività giornalistica.

Codice di deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica. (Provvedimento del Garante 29 luglio 1998 in G. U. del 3 agosto 1998 n. 179 – art. 139 e Allegato A del Dlgs n. 196/2003).

Il Garante per la protezione dei dati personali,

Visto l'art. 25 della legge 31 dicembre 1996, n. 675, come modificato dall'art. 12 del decreto legislativo 13 maggio 1998 n. 171, secondo il quale il trattamento dei dati personali nell'esercizio della professione giornalistica deve essere effettuato sulla base di un apposito codice di deontologia, recante misure ed accorgimenti a garanzia degli interessati rapportati alla natura dei dati, in particolare per quanto riguarda i dati idonei a rivelare lo stato di salute e la vita sessuale;

Visto il comma 4-bis dello stesso art. 25, secondo il quale tale codice è applicabile anche all'attività dei pubblicisti e dei praticanti giornalisti, nonché a chiunque tratti temporaneamente i dati personali al fine di utilizzarli per la pubblicazione occasionale di articoli, di saggi e di altre manifestazioni di pensiero;

Visto il comma 2 del medesimo art. 25, secondo il quale il codice di deontologia è adottato dal Consiglio nazionale dell'ordine dei giornalisti in cooperazione con il Garante, il quale ne promuove l'adozione e ne cura la pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale;

Vista la nota prot. n. 89/GAR del 26 maggio 1997, con la quale il Garante ha invitato il Consiglio nazionale dell'ordine ad adottare il codice entro il previsto termine di sei mesi dalla data di invio della nota stessa;

Vista la nota prot. n. 4640 del 24 novembre 1997, con il quale il Garante ha aderito alla richiesta di breve differimento del predetto termine di sei mesi, presentata il 19 novembre dal presidente del Consiglio nazionale dell'ordine;

Visto il provvedimento prot. n. 5252 del 18 dicembre 1997, con il quale il Garante ha segnalato al Consiglio nazionale dell'ordine alcuni criteri da tenere presenti nel bilanciamento delle libertà e dei diritti coinvolti dall'attività giornalistica;

Vista la nota prot. n. 314 del 23 gennaio 1998, con la quale il Garante ha formulato altre

osservazioni sul primo schema di codice elaborato dal Consiglio nazionale dell'ordine e trasmesso al Garante con nota prot. n. 7182 del 30 dicembre 1997;

Vista la nota prot. n. 204 del 15 gennaio 1998, con la quale il Garante, sulla base della prima esperienza di applicazione della legge n. 675/1996 e dello schema di codice elaborato, ha rappresentato al Ministro di grazia e giustizia l'opportunità di una revisione dell'art. 25 della legge, che è stato poi modificato con il citato decreto legislativo n. 171 del 13 maggio 1998;

Vista la nota prot. n. 5876 del 30 giugno 1998, con la quale il Garante ha invitato il Consiglio nazionale dell'ordine ad apportare alcune residuali modifiche all'ulteriore schema approvato dallo stesso Consiglio nella seduta del 26 e 27 marzo 1998 e trasmesso al Garante con nota prot. n. 1074 dell'8 aprile;

Constatata l'idoneità delle misure e degli accorgimenti a garanzia degli interessati previsti dallo schema definitivo del codice di deontologia trasmesso al Garante dal Consiglio nazionale dell'ordine con nota prot. n. 2210 del 15 luglio 1998;

Considerato che, ai sensi dell'art. 25, comma 2, della legge n. 675/1996, il codice deve essere pubblicato nella Gazzetta Ufficiale, a cura del Garante, e diviene efficace quindici giorni dopo la sua pubblicazione;

dispone

la trasmissione del Codice di deontologia, che figura in allegato, all'ufficio pubblicazione leggi e decreti del Ministero di grazia e giustizia per la sua pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana.

Roma, 29 luglio 1998

Il presidente Rodotà

ALLEGATO

ORDINE DEI GIORNALISTI CONSIGLIO NAZIONALE

Codice deontologico relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica ai sensi dell'art. 25 della legge 31 dicembre 1996 n. 675.

Articolo 1 - Principi generali

1. Le presenti norme sono volte a contemperare i diritti fondamentali della persona con il diritto dei cittadini all'informazione e con la libertà di stampa.

2. In forza dell'art. 21 della Costituzione, la professione giornalistica si svolge senza autorizzazioni o censure. In quanto condizione essenziale per l'esercizio del diritto-dovere di cronaca, la raccolta, la registrazione, la conservazione e la diffusione di notizie su eventi e vicende relative a persone, organismi collettivi, istituzioni, costumi, ricerche scientifiche e movimenti di pensiero, attuate nell'ambito dell'attività giornalistica e per gli scopi propri di tale attività, si differenziano nettamente per la loro natura dalla memorizzazione e dal trattamento di dati personali ad opera di banche dati o altri soggetti. Su questi principi trovano fondamento le necessarie deroghe previste dai paragrafi 17 e 37 e dall'art. 9 della direttiva 95/46/CE del Parlamento europeo e del Consiglio dell'Unione europea del 24 ottobre 1995 e dalla legge n. 675/1996.

Articolo 2 - Banche-dati di uso redazionale e tutela degli archivi personali dei giornalisti

1. Il giornalista che raccoglie notizie per una delle operazioni di cui all'art. 1, comma 2, lettera b) della legge n. 675/1996 rende note la propria identità, la propria professione e le finalità

della raccolta, salvo che ciò comporti rischi per la sua incolumità o renda altrimenti impossibile l'esercizio della funzione informativa; evita artifici e pressioni indebite. Fatta palese tale attività, il giornalista non è tenuto a fornire gli altri elementi dell'informativa di cui all'art. 10, comma 1, della legge n. 675/1996.

2. Se i dati personali sono raccolti presso banche dati di uso redazionale, le imprese editoriali sono tenute a rendere noti al pubblico, mediante annunci, almeno due volte l'anno, l'esistenza dell'archivio e il luogo dove è possibile esercitare i diritti previsti dalla legge n. 675/1996. Le imprese editoriali indicano altresì fra i dati della gerenza il responsabile del trattamento al quale le persone interessate possono rivolgersi per esercitare i diritti previsti dalla legge n. 675/1996.

3. Gli archivi personali dei giornalisti, comunque funzionali all'esercizio della professione e per l'esclusivo perseguimento delle relative finalità, sono tutelati, per quanto concerne le fonti delle notizie, ai sensi dell'art. 2 della legge n.69/1963 e dell'art. 13, comma 5 della legge n. 675/1996.

4. Il giornalista può conservare i dati raccolti per tutto il tempo necessario al perseguimento delle finalità proprie della sua professione.

Articolo 3 - Tutela del domicilio

1. La tutela del domicilio e degli altri luoghi di privata dimora si estende ai luoghi di cura, detenzione o riabilitazione, nel rispetto delle norme di legge e dell'uso corretto di tecniche invasive.

Articolo 4 - Rettifica

Il giornalista corregge senza ritardo errori e inesattezza, anche in conformità al dovere di rettifica nei casi e nei modi stabiliti dalla legge.

Articolo 5 - Diritto all'informazione e dati personali

1. Nel raccogliere dati personali atti a rivelare origine razziale ed etnica, convinzioni religiose, filosofiche o di altro genere, opinioni politiche, adesioni a partiti, sindacati, associazioni o organizzazioni a carattere religioso, filosofico, politico o sindacale, nonché dati atti a rivelare le condizioni di salute e la sfera sessuale, il giornalista garantisce il diritto all'informazione su fatti di interesse pubblico, nel rispetto dell'essenzialità dell'informazione, evitando riferimenti a congiunti o ad altri soggetti non interessati ai fatti.

2. In relazione a dati riguardanti circostanze o fatti resi noti direttamente dagli interessati o attraverso loro comportamenti in pubblico, è fatto salvo il diritto di addurre successivamente motivi legittimi meritevoli di tutela.

Articolo 6 - Essenzialità dell'informazione

1. La divulgazione di notizie di rilevante interesse pubblico o sociale non contrasta con il rispetto della sfera privata quando l'informazione, anche dettagliata, sia indispensabile in ragione dell'originalità del fatto o della relativa descrizione dei modi particolari in cui è avvenuto, nonché della qualificazione dei protagonisti.

2. La sfera privata delle persone note o che esercitano funzioni pubbliche deve essere rispettata se le notizie o i dati non hanno alcun rilievo sul loro ruolo o sulla loro vita pubblica.

3. Commenti e opinioni del giornalista appartengono alla libertà di informazione nonché alla libertà di parola e di pensiero costituzionalmente garantita a tutti.

Articolo 7 - Tutela del minore

1. Al fine di tutelarne la personalità, il giornalista non pubblica i nomi dei minori coinvolti in fatti di cronaca, né fornisce particolari in grado di condurre alla loro identificazione.

2. La tutela della personalità del minore si estende, tenuto conto della qualità della notizia e

delle sue componenti, ai fatti che non siano specificamente reati.

3. Il diritto del minore alla riservatezza deve essere sempre considerato come primario rispetto al diritto di critica e di cronaca; qualora, tuttavia, per motivi di rilevante interesse pubblico e fermo restando i limiti di legge, il giornalista decida di diffondere notizie o immagini riguardanti minori, dovrà farsi carico della responsabilità di valutare se la pubblicazione sia davvero nell'interesse oggettivo del minore, secondo i principi e i limiti stabiliti dalla «Carta di Treviso».

Articolo 8 - Tutela della dignità delle persone

1. Salva l'essenzialità dell'informazione, il giornalista non fornisce notizie o pubblica immagini o fotografie di soggetti coinvolti in fatti di cronaca lesive della dignità della persona, né si sofferma su dettagli di violenza, a meno che ravvisi la rilevanza sociale della notizia o dell'immagine.

2. Salvo rilevanti motivi di interesse pubblico o comprovati fini di giustizia e di polizia, il giornalista non riprende né produce immagini e foto di persone in stato di detenzione senza il consenso dell'interessato.

3. Le persone non possono essere presentate con ferri o manette ai polsi, salvo che ciò sia necessario per segnalare abusi.

Articolo 9 - Tutela del diritto alla non discriminazione

1. Nell'esercitare il diritto-dovere di cronaca, il giornalista è tenuto a rispettare il diritto della persona alla non discriminazione per razza, religione, opinioni politiche, sesso, condizioni personali, fisiche o mentali.

Articolo 10 - Tutela della dignità delle persone malate

1. Il giornalista, nel far riferimento allo stato di salute di una determinata persona, identificata o identificabile, ne rispetta la dignità, il diritto alla riservatezza e al decoro personale, specie nei casi di malattie gravi o terminali, e si astiene dal pubblicare dati analitici di interesse strettamente clinico.

2. La pubblicazione è ammessa nell'ambito del perseguimento dell'essenzialità dell'informazione e sempre nel rispetto della dignità della persona se questa riveste una posizione di particolare rilevanza sociale o pubblica.

Articolo 11 - Tutela della sfera sessuale della persona

1. Il giornalista si astiene dalla descrizione di abitudini sessuali riferite ad una determinata persona, identificata o identificabile.

2. La pubblicazione è ammessa nell'ambito del perseguimento dell'essenzialità dell'informazione e nel rispetto della dignità della persona se questa riveste una posizione di particolare rilevanza sociale o pubblica.

Articolo 12 - Tutela del diritto di cronaca nei procedimenti penali

1. Al trattamento dei dati relativi a procedimenti penali non si applica il limite previsto dall'art. 24 della legge n. 675/1996.

2. Il trattamento di dati personali idonei a rivelare provvedimenti di cui all'art. 686, commi 1, lettere a) e d), 2 e 3, del Codice di procedura penale è ammesso nell'esercizio del diritto di cronaca, secondo i principi di cui all'art. 5.

Articolo 13 - Ambito di applicazione, sanzioni disciplinari

1. Le presenti norme si applicano ai giornalisti professionisti, pubblicisti e praticanti e a chiunque altro, anche occasionalmente, eserciti attività pubblicistica.

2. Le sanzioni disciplinari, di cui al titolo III della legge n. 69/1963, si applicano solo ai

soggetti iscritti all'albo dei giornalisti, negli elenchi o nel registro.

8. La Carta di Treviso edizione 2006. (Garante Privacy Del 26.10. 2006 – GU n. 264 del 13 novembre 2006)

**GARANTE PER LA PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI
DELIBERAZIONE 26 ottobre 2006 Aggiornamento della Carta di Treviso,
richiamata dal codice di deontologia, relativo al trattamento dei dati
personali nell'esercizio dell'attività giornalistica.** (Deliberazione n. 49/06).

IL GARANTE PER LA PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

Nella riunione odierna, in presenza del prof. Francesco Pizzetti, presidente, del dott. Giuseppe Chiaravalloti, vicepresidente, del dott. Mauro Paissan e del dott. Giuseppe Fortunato, componenti e del dott. Giovanni Buttarelli, segretario generale;

Visto l'art. 7 del codice di deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica [1] (Allegato A1 del codice in materia di protezione dei dati personali approvato con decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196) il quale prevede una particolare tutela nei riguardi dei minori coinvolti in fatti di cronaca, richiamando anche i principi e i limiti stabiliti dalla Carta di Treviso;

Visto l'art. 12 del codice [2]il quale prevede che il rispetto delle disposizioni contenute nel predetto codice di deontologia costituisce condizione essenziale per la liceità e correttezza del trattamento dei dati personali;

Visto l'art. 139 del citato codice che disciplina la procedura di cooperazione tra il Garante e il Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti ai fini della formazione, modificazione o integrazione del predetto codice di deontologia;

Vista la nota del Presidente del Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti in data 24 ottobre 2006 in merito al testo che aggiorna la Carta di Treviso; del 10 ottobre 1990, già integrata dal Vademecum Treviso '95 che risulta approvato il 25 novembre 1995;

Rilevato che l'aggiornata Carta di Treviso, approvata dal predetto Consiglio nazionale nella seduta del 30 marzo 2006, è stata completata alla luce delle osservazioni e delle indicazioni formulate nell'ambito dei contatti intercorsi con il Garante, nei termini risultanti dal testo allegato alla presente deliberazione;

Considerato che la Carta afferma principi a tutela del diritto alla riservatezza e alla protezione dei dati personali relativi ai minori, anche in attuazione delle garanzie previste nei loro confronti dalla Convenzione sui diritti del fanciullo di New York del 20 novembre 1989 e dalla Carta costituzionale;

Ritenuto di dover dare atto dell'aggiornamento della Carta di Treviso stante il richiamo ad essa operato dall'art. 7 del predetto codice di deontologia, aggiornamento che non comporta la necessità di formali integrazioni o modifiche al codice stesso;

Ritenuto di dover disporre la pubblicità della presente deliberazione mediante invio al Ministero della giustizia per la sua pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana;

Vista la documentazione in atti;

Viste le osservazioni dell'ufficio formulate dal segretario generale ai sensi dell'art. 15 del regolamento del Garante n. 1/2000;

Relatore il dott. Mauro Paissan;

Tutto ciò premesso il Garante:

1) dà atto, ai fini dell'applicazione del codice di deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica (Allegato A1 del codice in materia di protezione dei dati personali approvato con decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196), che la Carta di Treviso è stata aggiornata dal Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti come da testo riportato in allegato alla presente deliberazione;

2) dispone che copia della presente deliberazione unitamente al testo allegato, sia trasmesso al Ministero della giustizia – Ufficio pubblicazione leggi e decreti, per la sua pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana;

Roma, 26 ottobre 2006

Il presidente: Pizzetti

Il relatore: Paissan

Il segretario generale: Buttarelli

Allegato

CARTA DI TREVISO

Premessa.

La Carta di Treviso entra nel mondo globalizzato del terzo millennio.

La Carta di Treviso, documento e codice deontologico varato ed approvato nel 1990 dall'Ordine dei giornalisti e dalla FNSI – di intesa con Telefono Azzurro e con Enti e Istituzioni della Città di Treviso - trae ispirazione dai principi e dai valori della nostra Carta costituzionale, dalla Convenzione dell'ONU del 1989 sui diritti dei bambini e dalle Direttive europee.

La Carta di Treviso costituisce norma vincolante di autoregolamentazione per i giornalisti italiani, nonché guida ideale e pratica per tutta la categoria dei comunicatori.

Dopo la nascita della Carta di Treviso, 10 ottobre 1990, integrata da un ulteriore documento deontologico - Vademecum Treviso '95 - il tema della tutela dei minori nei media è stato al centro di numerose iniziative, istituzionali ed associative, con la creazione di codici di autoregolamentazione che le diverse categorie di operatori hanno emanato.

Tv, stampa, cinema, pubblicità ed Internet sono mezzi di comunicazione talmente integrati nella società che svolgono un importante e indispensabile ruolo di informazione oltre che di formazione, soprattutto nei confronti delle giovani generazioni.

È quindi necessario ed improrogabile attivare azioni specifiche per una maggiore conoscenza ed una più rigorosa osservanza delle regole e dei codici di autoregolamentazione, attraverso gli strumenti già previsti dalla Carta di Treviso 1990 e dal Vademecum 1995 che già tanti effetti positivi hanno fatto registrare nel corso di questi tre lustri.

L'aggiornamento della Carta di Treviso, a 15 anni dalla sua nascita, diventa così una naturale conseguenza operativa ed un coerente impegno deontologico che il Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti si è assunto alla luce delle nuove realtà emergenti che caratterizzano il mondo dell'informazione nel terzo millennio e degli scenari culturali e sociali dell'Europa Unita.

CARTA DI TREVISO

Ordine dei giornalisti e FNSI, nella convinzione che l'informazione debba ispirarsi al rispetto dei principi e dei valori su cui si radica la nostra Carta costituzionale ed in particolare:

- il riconoscimento che valore supremo dell'esperienza statale e comunitaria è la persona umana con i suoi inviolabili diritti che devono essere non solo garantiti, ma anche sviluppati, aiutando ogni essere umano a superare quelle condizioni negative che impediscono di fatto il pieno esplicarsi della propria personalità;

- l'impegno di tutta la Repubblica, nelle sue varie articolazioni istituzionali, a proteggere l'infanzia e la gioventù per attuare il diritto alla educazione ed una adeguata crescita umana;

dichiarano di assumere i principi ribaditi nella Convenzione ONU del 1989 sui diritti del bambino e nelle Convenzioni europee che trattano della materia, prevedendo le cautele per garantire l'armonico sviluppo delle personalità dei minori in relazione alla loro vita e al loro processo di maturazione, ed in particolare:

- che il bambino deve crescere in una atmosfera di comprensione e che "per le sue necessità di sviluppo fisico e mentale ha bisogno di particolari cure e assistenza";

- che in tutte le azioni riguardanti i minori deve costituire oggetto di primaria considerazione "il maggiore interesse del bambino" e che perciò tutti gli altri interessi devono essere a questo sacrificati;

- che nessun bambino dovrà essere sottoposto ad interferenze arbitrarie o illegali nella sua "privacy" né ad illeciti attentati al suo onore e alla sua reputazione;

- che le disposizioni che tutelano la riservatezza dei minori si fondano sul presupposto che la rappresentazione dei loro fatti di vita possa arrecare danno alla loro personalità. Questo rischio può non sussistere quando il servizio giornalistico dà positivo risalto a qualità del minore e/o al contesto familiare in cui si sta formando;

- che lo Stato deve incoraggiare lo sviluppo di appropriati codici di condotta affinché il bambino sia protetto da informazioni e messaggi multimediali dannosi al suo benessere psico-fisico;

- che gli Stati devono prendere appropriate misure legislative, amministrative, sociali ed educative per proteggere i bambini da qualsiasi forma di violenza, abuso, sfruttamento e danno.

Ordine dei giornalisti e FNSI sono consapevoli che il fondamentale diritto all'informazione può trovare dei limiti quando venga in conflitto con i diritti dei soggetti bisognosi di una tutela privilegiata. Pertanto, fermo restando il diritto di cronaca in ordine ai fatti e alle responsabilità, va ricercato un equilibrio con il diritto del minore ad una specifica e superiore tutela della sua integrità psico-fisica, affettiva e di vita di relazione.

Si richiamano di conseguenza le norme previste dalle leggi in vigore.

Sulla base di queste premesse e delle norme deontologiche contenute nell'art. 2 della legge istitutiva dell'Ordine dei giornalisti [3], nonché di quanto previsto dal codice deontologico

allegato al Codice in materia di protezione dei dati personali (decreto legislativo n. 196/2003), ai fini di sviluppare una informazione sui minori più funzionale alla crescita di una cultura dell'infanzia e dell'adolescenza, l'Ordine dei giornalisti e la FNSI individuano le seguenti norme vincolanti per gli operatori dell'informazione:

1) i giornalisti sono tenuti ad osservare tutte le disposizioni penali, civili ed amministrative che regolano l'attività di informazione e di cronaca giudiziaria in materia di minori, in particolare di quelli coinvolti in procedimenti giudiziari;

2) va garantito l'anonimato del minore coinvolto in fatti di cronaca, anche non aventi rilevanza penale, ma lesivi della sua personalità, come autore, vittima o teste; tale garanzia viene meno allorché la pubblicazione sia tesa a dare positivo risalto a qualità del minore e/o al contesto familiare e sociale in cui si sta formando;

3) va altresì evitata la pubblicazione di tutti gli elementi che possano con facilità portare alla sua identificazione, quali le generalità dei genitori, l'indirizzo dell'abitazione o della residenza, la scuola, la parrocchia o il sodalizio frequentati, e qualsiasi altra indicazione o elemento: foto e filmati televisivi non schermati, messaggi e immagini on-line che possano contribuire alla sua individuazione. Analogo comportamento deve essere osservato per episodi di pedofilia, abusi e reati di ogni genere;

4) per quanto riguarda i casi di affidamento o adozione e quelli di genitori separati o divorziati, fermo restando il diritto di cronaca e di critica circa le decisioni dell'autorità giudiziaria e l'utilità di articoli o inchieste, occorre comunque anche in questi casi tutelare l'anonimato del minore per non incidere sull'armonico sviluppo della sua personalità, evitando sensazionalismi e qualsiasi forma di speculazione;

5) il bambino non va intervistato o impegnato in trasmissioni televisive e radiofoniche che possano ledere la dignità o turbare il suo equilibrio psico-fisico, né va coinvolto in forme di comunicazioni lesive dell'armonico sviluppo della sua personalità, e ciò a prescindere dall'eventuale consenso dei genitori;

6) nel caso di comportamenti lesivi o autolesivi, suicidi, gesti inconsulti, fughe da casa, microcriminalità, ecc., posti in essere da minorenni, fermo restando il diritto di cronaca e l'individuazione delle responsabilità, occorre non enfatizzare quei particolari che possano provocare effetti di suggestione o emulazione;

7) nel caso di minori malati, feriti, svantaggiati o in difficoltà occorre porre particolare attenzione e sensibilità nella diffusione delle immagini e delle vicende al fine di evitare che, in nome di un sentimento pietoso, si arrivi ad un sensazionalismo che finisce per divenire sfruttamento della persona;

8) se, nell'interesse del minore, esempio i casi di rapimento o di bambini scomparsi, si ritiene indispensabile la pubblicazione di dati personali e la divulgazione di immagini, andranno tenuti comunque in considerazione il parere dei genitori e delle autorità competenti;

9) particolare attenzione andrà posta nei confronti di strumentalizzazioni che possano derivare da parte di adulti interessati a sfruttare, nel loro interesse, l'immagine, l'attività o la personalità del minore;

10) tali norme vanno applicate anche al giornalismo on-line, multimediale e ad altre forme di

comunicazione giornalistica che utilizzino innovativi strumenti tecnologici per i quali dovrà essere tenuta in considerazione la loro prolungata disponibilità nel tempo;

11) tutti i giornalisti sono tenuti all'osservanza di tali regole per non incorrere nelle sanzioni previste dalla legge istitutiva dell'Ordine.

Ordine dei giornalisti e FNSI raccomandano ai direttori e a tutti i redattori l'opportunità di aprire con i lettori un dialogo capace di andare al di là della semplice informazione; sottolineano l'opportunità che, in casi di soggetti deboli, l'informazione sia il più possibile approfondita con un controllo incrociato delle fonti, con l'apporto di esperti, privilegiando, ove possibile, servizi firmati e in ogni modo da assicurare un approccio al problema dell'infanzia che non si limiti all'eccezionalità dei casi che fanno clamore, ma che approfondisca, con inchieste, speciali, dibattiti, la condizione del minore e le sue difficoltà, nella quotidianità.

Ordine dei giornalisti e FNSI si impegnano, per le rispettive competenze:

1) a individuare strumenti e occasioni che consentano una migliore cultura professionale;

2) ad evidenziare nei testi di preparazione all'esame professionale i temi dell'informazione sui minori e i modi di rappresentazione dell'infanzia;

3) a invitare i Consigli regionali dell'Ordine dei giornalisti e le Associazioni regionali di stampa, con l'eventuale contributo di altri soggetti della categoria, a promuovere seminari di studio sulla rappresentazione dei soggetti deboli;

4) ad attivare un filo diretto con le varie professionalità impegnate per una tutela e uno sviluppo del bambino e dell'adolescente;

5) a coinvolgere i soggetti istituzionali chiamati alla tutela dei minori;

6) a consolidare il rapporto di collaborazione con gli organismi preposti all'ottemperanza delle leggi e delle normative in materia radiotelevisiva e multimediale; ad auspicare, da parte di tutte le associazioni dei comunicatori, un impegno comune a tutelare l'interesse dell'infanzia nel nostro Paese;

7) a proseguire la collaborazione con la FIEG per un impegno comune a difesa dei diritti dei minori;

8) a richiamare i responsabili delle reti radiotelevisive, i provider, gli operatori di ogni forma di multimedialità ad una particolare attenzione ai diritti del minore anche nelle trasmissioni di intrattenimento, pubblicitarie e nei contenuti dei siti Internet.

NORME ATTUATIVE

L'Ordine dei giornalisti e la FNSI si impegnano a:

a) promuovere l'Osservatorio previsto dalla Carta di Treviso 1990;

b) diffondere la normativa esistente;

c) contemplare la sanzione accessoria della pubblicazione del provvedimento disciplinare;

d) coinvolgere le scuole di giornalismo come centri di sensibilizzazione delle problematiche inerenti ai minori.

(Testo approvato dal Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti nella seduta del 30 marzo 2006 e aggiornato con le osservazioni dell'Autorità garante per la protezione dei dati personali).

9. Codice di procedura penale.

114. Divieto di pubblicazione di atti e di immagini (1)

1. E' vietata la pubblicazione, anche parziale o per riassunto, con il mezzo della stampa o con altro mezzo di diffusione, degli atti coperti dal segreto [c.p.p. 329] o anche solo del loro contenuto.

2. E' vietata la pubblicazione, anche parziale, degli atti non più coperti dal segreto fino a che non siano concluse le indagini preliminari ovvero fino al termine dell'udienza preliminare [c.p.p. 424].

3. Se si procede al dibattimento, non è consentita la pubblicazione, anche parziale, degli atti del fascicolo per il dibattimento, se non dopo la pronuncia della sentenza di primo grado, e di quelli del fascicolo del pubblico ministero [c.p.p. 433], se non dopo la pronuncia della sentenza in grado di appello. E' sempre consentita la pubblicazione degli atti utilizzati per le contestazioni [c.p.p. 500, 501, 503, comma 3] (2).

4. E' vietata la pubblicazione, anche parziale, degli atti del dibattimento celebrato a porte chiuse nei casi previsti dall'articolo 472 commi 1 e 2. In tali casi il giudice, sentite le parti, può disporre il divieto di pubblicazione anche degli atti o di parte degli atti utilizzati per le contestazioni. Il divieto di pubblicazione cessa comunque quando sono trascorsi i termini stabiliti dalla legge sugli archivi di Stato (3) ovvero è trascorso il termine di dieci anni dalla sentenza irrevocabile e la pubblicazione è autorizzata dal ministro di grazia e giustizia.

5. Se non si procede al dibattimento, il giudice, sentite le parti, può disporre il divieto di pubblicazione di atti o di parte di atti quando la pubblicazione di essi può offendere il buon costume o comportare la diffusione di notizie sulle quali la legge prescrive di mantenere il segreto nell'interesse dello Stato (4) ovvero causare pregiudizio alla riservatezza dei testimoni o delle parti private. Si applica la disposizione dell'ultimo periodo del comma 4.

6. E' vietata la pubblicazione delle generalità e dell'immagine dei minorenni testimoni, persone offese o danneggiati dal reato fino a quando non sono divenuti maggiorenni. È altresì vietata la pubblicazione di elementi che anche indirettamente possano comunque portare alla identificazione dei suddetti minorenni. Il tribunale per i minorenni, nell'interesse esclusivo del minorenne, o il minorenne che ha compiuto i sedici anni, può consentire la pubblicazione (5).

6-bis. E' vietata la pubblicazione dell'immagine di persona privata della libertà personale ripresa mentre la stessa si trova sottoposta all'uso di manette ai polsi ovvero ad altro mezzo di coercizione fisica, salvo che la persona vi consenta (6).

7. E' sempre consentita la pubblicazione del contenuto di atti non coperti dal segreto.

(1) Rubrica così sostituita dall'art. 14, L. 16 dicembre 1999, n. 479. Il testo precedentemente in vigore così disponeva: «Divieto di pubblicazione di atti».

(2) La Corte Costituzionale, con sentenza 20-24 febbraio 1995, n. 59 (Gazz. Uff. 1 marzo 1995, n. 9 - Prima serie speciale), ha dichiarato l'illegittimità del presente comma, limitatamente alle parole: «del fascicolo per il dibattimento, se non dopo la pronuncia della sentenza di primo grado, e di quelli».

(3) Vedi l'art. 21, D.P.R. 30 settembre 1963, n. 1409, recante norme sull'ordinamento degli archivi dello Stato.

(4) Vedi, anche, la L. 24 ottobre 1977, n. 801, sulla disciplina del segreto di Stato.

(5) Comma così modificato dall'art. 10, comma 8, L. 3 maggio 2004, n. 112. Il testo precedentemente in vigore era il seguente: «6. E' vietata la pubblicazione delle generalità e dell'immagine dei minorenni testimoni, persone offese o danneggiati dal reato fino a quando non sono divenuti maggiorenni. Il tribunale per i minorenni, nell'interesse esclusivo del minorenne, o il minorenne che ha compiuto i sedici anni, può consentire la pubblicazione».

(6) Comma aggiunto dall'art. 14, L. 16 dicembre 1999, n. 479.

115. Violazione del divieto di pubblicazione.

1. Salve le sanzioni previste dalla legge penale [c.p. 684], la violazione del divieto di pubblicazione previsto dagli articoli 114 e 329 comma 3 lettera b) costituisce illecito disciplinare quando il fatto è commesso da impiegati dello Stato o di altri enti pubblici ovvero da persone esercenti una professione per la quale è richiesta una speciale abilitazione dello Stato.

2. Di ogni violazione del divieto di pubblicazione commessa dalle persone indicate nel comma 1 il pubblico ministero informa l'organo titolare del potere disciplinare.

329. Obbligo del segreto.

1. Gli atti d'indagine compiuti dal pubblico ministero e dalla polizia giudiziaria sono coperti dal segreto fino a quando l'imputato non ne possa avere conoscenza e, comunque, non oltre la chiusura delle indagini preliminari.

2. Quando è necessario per la prosecuzione delle indagini, il pubblico ministero può, in deroga a quanto previsto dall'articolo 114, consentire, con decreto motivato, la pubblicazione di singoli atti o di parti di essi. In tal caso, gli atti pubblicati sono depositati presso la segreteria del pubblico ministero.

3. Anche quando gli atti non sono più coperti dal segreto a norma del comma 1, il pubblico ministero, in caso di necessità per la prosecuzione delle indagini, può disporre con decreto motivato:

a) l'obbligo del segreto per singoli atti, quando l'imputato lo consente o quando la conoscenza dell'atto può ostacolare le indagini riguardanti altre persone;

b) il divieto di pubblicare il contenuto di singoli atti o notizie specifiche relative a determinate operazioni

10. Codice di autoregolamentazione nei rapporti tra tv e minori

(ex D.P.C.M. 5 febbraio 1997), stipulato a Roma il 26 novembre 1997 tra la RAI-Radiotelevisione Italiana, Mediaset, Cecchi Gori Communications, F.R.T-Federazione Radio Televisioni, A.E.R.-Associazione Editori Radiotelevisivi.

PREMESSA

Le Aziende televisive pubbliche e private e le emittenti televisive aderenti alle associazioni firmatarie (d'ora in poi indicate come Aziende televisive) considerano:

- a) che l'utenza televisiva è costituita - specie in alcune fasce orarie - anche da minori (1);
- b) che il bisogno del minore ad uno sviluppo regolare e compiuto è un diritto riconosciuto dall'ordinamento giuridico nazionale e internazionale: basta ricordare l'articolo della Costituzione che impegna la comunità nazionale, in tutte le sue articolazioni, a proteggere l'infanzia e la gioventù (art. 31); o la Convenzione dell'ONU del 1989 - divenuta legge dello Stato nel 1991, che impone a tutti di collaborare per predisporre il bambino a vivere una vita autonoma nella società, nello spirito di pace, dignità, tolleranza, libertà, eguaglianza, solidarietà e che fa divieto di sottoporlo a interferenze arbitrarie o illegali nella sua privacy e comunque a forme di violenza, danno, abuso mentale, sfruttamento;
- c) che la funzione educativa, che compete innanzitutto alla famiglia, deve essere agevolata dalla televisione al fine di aiutare i bambini e i ragazzi a conoscere progressivamente la vita e ad affrontarne i problemi;
- d) che il minore è un cittadino soggetto di diritti; egli ha perciò diritto ad essere tutelato da trasmissioni televisive che possano nuocere al suo sviluppo psichico e morale, anche se la sua famiglia è carente sul piano educativo;
- e) che, riconosciuti i diritti dell'utente adulto e i diritti di libertà di informazione e di impresa, quando questi siano contrapposti a quelli del bambino, si applica il principio di cui all'art. 3 della Convenzione ONU secondo cui « i maggiori interessi del bambino/a devono costituire oggetto di primaria considerazione ».

Tutto ciò premesso le Aziende televisive ritengono opportuno non solo impegnarsi ad uno scrupoloso rispetto della normativa vigente a tutela dei minori, ma anche a dar vita ad un codice di autoregolamentazione che possa assicurare contributi positivi allo sviluppo della loro personalità e comunque che eviti messaggi che possano danneggiarla. Ciò accogliendo il suggerimento della Convenzione ONU di sviluppare « appropriati codici di condotta affinché il bambino/a sia protetto da informazioni e materiali dannosi al suo benessere » (art. 17).

(1) Con la parola «minore» si intende comprendere l'arco di età che va da 0 a 18 anni. Nel testo questo stesso arco viene indicato anche da «bambini e ragazzi». Viene spesso utilizzata la parola «bambini» per sottolineare la necessità di attenzione ai più piccoli e per ricordare che se anche i bambini sono davanti al teleschermo è di loro che occorre farsi carico primariamente.

PRINCIPI GENERALI

Le Aziende televisive si impegnano:

- a) a migliorare ed elevare la qualità delle trasmissioni televisive destinate ai bambini;
- b) ad aiutare gli adulti, le famiglie e i minori ad un uso corretto ed appropriato delle trasmissioni televisive, tenendo conto delle esigenze del bambino, sia rispetto alla qualità che alla quantità: ciò per evitare il pericolo di una dipendenza dalla televisione e di imitazione dei modelli televisivi; per consentire una scelta critica dei programmi;
- c) a collaborare col sistema scolastico per educare bambini e ragazzi ad una corretta e adeguata alfabetizzazione televisiva;
- d) ad assegnare alle trasmissioni per bambini, qualora siano prodotte, personale appositamente preparato e di alta qualità;
- e) a sensibilizzare in maniera specifica il pubblico ai problemi dell'handicap, del

disadattamento sociale, del disagio psichico in età evolutiva, in maniera di aiutare e non ferire le esigenze dei bambini in queste condizioni;

f) a sensibilizzare ai problemi dell'infanzia, tutte le figure professionali coinvolte nella preparazione dei palinsesti o delle trasmissioni, nelle forme ritenute opportune da ciascuna Azienda televisiva;

g) a diffondere presso tutti i propri operatori il contenuto del presente Codice di autoregolamentazione.

PARTE PRIMA

A) LA PARTECIPAZIONE DEI MINORI ALLE TRASMISSIONI TELEVISIVE

Le Aziende televisive si impegnano ad assicurare che la partecipazione dei minori alle trasmissioni televisive avvenga sempre con il massimo rispetto della loro persona, senza strumentalizzare la loro età e i loro corpi e senza rivolgere domande allusive alla loro intimità. In particolare le Aziende televisive si impegnano, sia nelle trasmissioni di intrattenimento che di informazione:

- a non trasmettere immagini di minori autori, testimoni o vittime di reati e in ogni caso a garantirne l'assoluto anonimato;

- a non utilizzare minori con gravi patologie o portatori di handicap per propagandare terapie in forme sensazionalistiche;

- a non intervistare minori in situazione di grave crisi (per esempio che siano fuggiti di casa, che abbiano tentato il suicidio, che siano strumentalizzati dalla criminalità adulta, che siano inseriti in un giro di prostituzione, che abbiano i genitori in carcere o genitori pentiti) e in ogni caso a garantirne l'assoluto anonimato;

- a non far partecipare minori (da 0 a 14 anni) a trasmissioni in cui si dibatte se sia opportuno il loro affidamento a un genitore o a un altro, se sia giustificato un loro allontanamento da casa o una adozione; se la condotta di un genitore sia stata più o meno dannosa;

- a non utilizzare i minori (da 0 a 14 anni) in grottesche imitazioni degli adulti;

B) LA TELEVISIONE PER TUTTI DALLE ORE 7. 00 ALLE ORE 22.30

Le Aziende televisive si impegnano a trasmettere programmi nel rispetto delle seguenti regole:

Programmi di informazione

Le Aziende televisive si impegnano a far sì che nei programmi di informazione si eviti la trasmissione di immagini gratuite di violenza o di sesso, ovvero che non siano effettivamente necessarie alla comprensione della notizia. Le Aziende televisive si impegnano a non diffondere nelle trasmissioni di informazione in onda dalle ore 7.00 alle ore 22.30:

a) sequenze particolarmente crude e brutali o scene che, comunque, possano creare turbamento o forme imitative nello spettatore minore;

b) notizie che possano nuocere allo sviluppo psichico o morale dei minori.

Qualora, per casi di straordinario valore sociale o informativo, la trasmissione di notizie, immagini e parole particolarmente forti e impressionanti si renda comunque necessaria, il giornalista televisivo avviserà gli spettatori che le notizie, le immagini e le parole che verranno trasmesse non sono adatte ai minori.

Nel caso in cui l'informazione giornalistica riguardi episodi in cui sono coinvolti i minori, le Aziende televisive si impegnano al pieno rispetto e all'attuazione delle norme indicate in questo Codice e nella « Carta dei doveri del giornalista » per la parte relativa ai « Minori e soggetti deboli ».

Le Aziende televisive, con particolare riferimento ai programmi di informazione in diretta, si

impegnano ad attivare specifici e qualificati corsi di formazione per sensibilizzare, non solo i giornalisti, ma anche i tecnici dell'informazione televisiva (fotografi, montatori, ecc.), alla problematica « Tv e minori ».

Le Aziende televisive si impegnano ad ispirare la propria linea editoriale, per i programmi di informazione, a quanto sopra indicato.

Film fiction e spettacoli vari

Le Aziende televisive, oltre al pieno rispetto delle leggi vigenti, si impegnano a darsi strumenti propri di valutazione circa l'ammissibilità in televisione dei film, telefilm, tv movie, fiction e spettacoli di intrattenimento vario, a tutela del benessere fisico e psichico dei bambini e dei ragazzi, attraverso un Comitato interno di autocontrollo, vigilanza e garanzia.

Detto Comitato - costituito, tra l'altro, da esperti di comunicazione e diritto - detterà gli indirizzi e le valutazioni in attuazione dei principi del presente Codice.

Qualora si consideri che per straordinario valore culturale o morale valga la pena mettere in onda in prima serata una trasmissione destinata al pubblico adolescenziale ma non adatta ai più piccoli, si potrà derogare all'impegno sopra indicato. In questo caso le Aziende televisive si impegnano ad annunciare, se possibile anche nei giorni precedenti, che la trasmissione non è adatta agli spettatori più piccoli, pur essendo importante per i più grandi. Se la trasmissione avrà delle interruzioni, l'avvertimento verrà ripetuto dopo ogni interruzione.

Trasmissioni di intrattenimento

Le Aziende televisive si impegnano ad evitare quegli spettacoli che per impostazione o per modelli proposti possano nuocere allo sviluppo dei minori e in particolare:

- ad evitare trasmissioni che usino in modo gratuito i conflitti familiari come spettacolo creando turbativa in un bambino preoccupato per la stabilità affettiva delle relazioni con i suoi genitori;
- ad evitare che nelle trasmissioni si faccia ricorso al turpiloquio, alla scurrilità e alla offesa verso le religioni.

C) LA TELEVISIONE PER I BAMBINI E I RAGAZZI

Le Aziende televisive si impegnano a dedicare nei propri palinsesti una fascia « protetta » di programmazione, fra le ore 16.00 e le ore 19.00, idonea ai bambini sia con trasmissioni esplicitamente dedicate a loro, sia con un controllo particolare anche su promo, trailer e pubblicità:

Produzione di programmi

Le Televisioni che realizzano programmi per bambini e per ragazzi si impegnano a produrre trasmissioni:

- che siano di buona qualità e di piacevole intrattenimento;
- che favoriscano le principali necessità dei bambini e dei ragazzi come la capacità di realizzare esperienze reali e proprie o di aumentare la propria autonomia;
- che accrescano le capacità critiche dei bambini e ragazzi in modo che sappiano fare migliore uso del mezzo televisivo, sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo;
- che favoriscano la partecipazione dei bambini e ragazzi con i loro problemi, con i loro punti di vista dando spazio a quello che si sta facendo con loro e per loro nelle città (Consigli dei bambini, progettazione di spazi urbani da parte di bambini e ragazzi, iniziative per aumentare la loro autonomia e la loro partecipazione).
- Le Televisioni si impegnano a curare la qualità della traduzione e del doppiaggio degli spettacoli, tenendo presenti le esigenze di una corretta educazione linguistica dei bambini.

Programmi di informazione destinati ai minori

Le Aziende televisive, si impegnano a valutare la possibilità di produrre programmi di informazione destinati ai bambini e ragazzi, possibilmente curati dalle testate giornalistiche in

collaborazione con esperti di problematiche infantili e con bambini e ragazzi.

Comunicazioni alla stampa ed agli spettatori adulti

Le Aziende televisive si impegnano a comunicare abitualmente alla stampa quotidiana, periodica ed anche specializzata, nonché alle pubblicazioni specificatamente dedicate ai minori, i notiziari sui programmi destinati all'utenza di bambini e ragazzi e a rispettarne gli orari.

D) PUBBLICITÀ

Le Aziende televisive si impegnano a controllare i contenuti della pubblicità, dei trailer e dei promo dei programmi, al fine di non trasmettere pubblicità e autopromozioni che possano ledere l'armonico sviluppo della personalità dei minori o che possano costituire fonte di pericolo fisico o morale per i minori stessi.

Volendo garantire una particolare tutela di quella parte del pubblico bambini e ragazzi - che ha minore capacità di giudizio e di discernimento nei confronti dei messaggi pubblicitari, si prevedono le seguenti limitazioni nella propaganda pubblicitaria, secondo tre diversi livelli di protezione (generale, rafforzata, specifica), a seconda delle diverse esigenze di cautela nell'arco della giornata.

1° Livello: protezione generale

La protezione generale si applica in tutte le fasce orarie di programmazione. I messaggi pubblicitari:

- a) non debbono presentare minori come protagonisti impegnati in atteggiamenti pericolosi (situazioni di violenza, aggressività, autoaggressività ecc.);
- b) non debbono rappresentare i minori intenti al consumo di alcool, né presentare in modo negativo l'astinenza o la sobrietà dall'alcool;
- c) non debbono esortare i minori direttamente o tramite altre persone ad effettuare l'acquisto abusando della loro naturale credulità ed inesperienza;
- d) non debbono indurre in errore i bambini:
 - sulla natura, sulle prestazioni e sulle dimensioni del giocattolo;
 - sul grado di conoscenze e di abilità necessario per utilizzare il giocattolo;
 - sulla descrizione degli accessori inclusi o non inclusi nella confezione;
 - sul prezzo del giocattolo, in particolar modo quando il suo funzionamento comporti l'acquisto di prodotti complementari.

2° Livello: protezione rafforzata

La protezione rafforzata si applica nelle fasce di programmazione in cui si presume che il pubblico di minori all'ascolto sia numeroso ma supportato dalla presenza di un adulto (fasce orarie dalle ore 7.00 alle ore 16.00 e dalle ore 19.00 alle ore 22.30). Durante la fascia di protezione rafforzata non saranno trasmesse pubblicità, direttamente rivolte ai bambini, che contengano situazioni che possano costituire pregiudizio per l'equilibrio psichico e morale dei minori (ad es. situazioni che inducano a ritenere che il mancato possesso del prodotto pubblicizzato significhi inferiorità oppure mancato assolvimento dei loro compiti da parte dei genitori; situazioni che violino norme di comportamento socialmente accettate o che screditino l'autorità, la responsabilità ed i giudizi di genitori, insegnanti e di altre persone autorevoli; situazioni che sfruttino la fiducia che i bambini ripongono nei genitori e negli insegnanti; situazioni di ambiguità tra il bene e il male che disorientino circa i punti di riferimento ed i modelli a cui tendere; situazioni che possano creare dipendenza affettiva dagli oggetti; situazioni di trasgressione; situazioni che ripropongano discriminazioni di sesso e di razza; ecc.).

3° Livello: protezione specifica

La protezione specifica si applica nelle fasce orarie di programmazione in cui si presume che l'ascolto da parte del pubblico in età minore non sia supportato dalla presenza di un adulto

(fascia oraria di programmazione dalle 16.00 alle 19.00 e all'interno dei programmi direttamente rivolti ai bambini).

I messaggi pubblicitari, le promozioni e ogni altra forma di comunicazione commerciale pubblicitaria rivolta ai minori, dovranno essere preceduti, seguiti e caratterizzati da elementi di discontinuità ben riconoscibili e distinguibili dalla trasmissione, anche dai bambini che non sanno ancora leggere e da minori portatori di handicap. In questa fascia oraria si dovrà evitare la pubblicità in favore di:

- bevande superalcoliche;
- servizi telefonici a valore aggiunto a prefisso « 144 » e « 00 » a carattere di intrattenimento o conversazione, così come definiti dalle leggi vigenti;
- profilattici e contraccettivi (con esclusione delle campagne sociali).

PARTE SECONDA

DIFFUSIONE DEL CODICE

Le Aziende televisive si impegnano a dare ampia diffusione al presente Codice di autodisciplina attraverso il mezzo televisivo dedicandogli spazi di largo ascolto.

Il Comitato chiede alla Presidenza del Consiglio di provvedere alla maggiore diffusione possibile del Codice. In particolare, in accordo con il Ministero della Pubblica Istruzione propone la più ampia diffusione nelle scuole dell'obbligo.

Controllo ed applicazione del codice di autoregolamentazione

Il rispetto e l'applicazione del presente Codice sono affidati ad un Comitato di controllo che garantisca una composizione di ugual numero di rappresentanti delle Aziende televisive e degli altri componenti indicati dal Presidente del Consiglio. All'interno di questi ultimi è compreso il Presidente del Comitato.

Il Comitato di controllo vigila sul corretto rispetto del Codice sia effettuando proprie azioni di indagine sia raccogliendo le segnalazioni che provengono dalle associazioni e dai cittadini.

Il Comitato di controllo può dotarsi degli strumenti tecnici necessari (ad esempio analisi specifiche e monitoraggi sull'ascolto dei minori) per il raggiungimento dei propri obiettivi.

Ove riscontri una violazione ai principi del Codice, il Comitato di controllo la segnala all'Azienda interessata, invitandola a presentare eventuali controdeduzioni entro 15 giorni.

Il Comitato valuta la questione nella sua interezza (responsabilità, gravità del danno, ecc.) e, se del caso, emette una motivata e pubblica risoluzione. La risoluzione viene trasmessa all'Azienda inadempiente che si impegna a comunicarla ai suoi utenti in spazi televisivi di alto ascolto (preferibilmente durante il telegiornale) e prima delle ore 22.30.

Nel caso di violazione delle norme relative alla pubblicità, la comunicazione di cui sopra dovrà essere effettuata senza citare il nome del prodotto e dell'utente pubblicitario.

11. Contratto nazionale di lavoro giornalistico (Cnlg Fnsi/Fieg) - Dpr 153/1961

MATERIA DEL CONTRATTO - Art. 1

Il presente contratto regola il rapporto di lavoro fra gli editori di quotidiani, di periodici, le agenzie di informazioni quotidiane per la stampa, l'emittenza radiotelevisiva privata di ambito nazionale e gli uffici stampa comunque collegati ad aziende editoriali, ed i giornalisti che prestano attività giornalistica quotidiana con carattere di continuità e con vincolo di dipendenza anche se svolgono all'estero la loro attività.

La regolamentazione dei rapporti di lavoro intercorrenti fra le aziende di giornali elettronici ed i redattori addetti è disciplinata dall'Allegato N.

La legge su «Ordinamento della professione giornalistica» del 3 febbraio 1963, n. 69 garantisce l'autonomia professionale dei giornalisti e fissa i contenuti della loro deontologia professionale specificando che «è diritto insopprimibile dei giornalisti la libertà di informazione e di critica, limitata dall'osservanza delle norme di legge dettate a tutela della personalità altrui ed è loro obbligo inderogabile il rispetto della verità sostanziale dei fatti, osservati sempre i doveri imposti dalla lealtà e dalla buona fede».

POTERI DEL DIRETTORE - Art. 6

La nomina del direttore di un quotidiano, periodico o agenzia di informazioni per la stampa è comunicata dall'editore al comitato o fiduciario di redazione con priorità rispetto a qualunque comunicazione a terzi, almeno 48 ore prima che il nuovo direttore assuma la carica.

Le facoltà del direttore sono determinate da accordi da stipularsi tra editore e direttore, tali, **in ogni caso, da non risultare in contrasto con le norme sull'ordinamento della professione giornalistica** e con quanto stabilito dal presente contratto. Questi accordi, con particolare riguardo alla linea politica, all'organizzazione ed allo sviluppo del giornale, del periodico o dell'agenzia di informazioni per la stampa sono integralmente comunicati dall'editore al corpo redazionale tramite il comitato o fiduciario di redazione, contemporaneamente alla comunicazione della nomina del direttore.

Quale primo atto dal suo insediamento il direttore illustra all'assemblea dei redattori gli accordi di cui al comma precedente ed il programma politico-editoriale concordato con l'editore.

È il direttore che propone le assunzioni e, per motivi tecnico-professionali, i licenziamenti dei giornalisti.

Tenute presenti le norme dell'art. 34, è competenza specifica ed esclusiva del direttore fissare ed impartire le direttive politiche e tecnico-professionali del lavoro redazionale, stabilire le mansioni di ogni giornalista, adottare le decisioni necessarie per garantire **l'autonomia della testata**, nei contenuti del giornale e di quanto può essere diffuso con il medesimo, dare le disposizioni necessarie al regolare andamento del servizio e stabilire gli orari secondo quanto disposto dal successivo art. 7.

ORARIO DI LAVORO - SETTIMANA CORTA- ORARIO DI CHIUSURA -Art. 7

Il direttore programma il lavoro dei giornalisti che svolgono esclusivamente attività di rielaborazione, adattamento e coordinamento dei testi con l'uso sistematico dei VDT (compresi i p.c. redazionali collegati o meno al sistema), sulla base di periodi di turnazione che tengano conto delle esigenze specifiche delle redazioni. **Tale turnazione deve consentire**, in armonia con le richiamate esigenze specifiche delle redazioni, **l'adibizione dei giornalisti per un giorno alla settimana (escluse le ferie) ad altre mansioni per servizi che comportino l'uso dei VDT (compresi i p.c. redazionali collegati o meno al sistema) esclusivamente per la stesura di articoli o altro materiale giornalistico di propria elaborazione.** In relazione alle esigenze organizzative redazionali i suddetti giorni di turnazione potranno essere cumulati fino ad un massimo di otto giorni.

RAPPORTI PLURIMI - Art. 8

Nessun giornalista può contrarre più di un rapporto di lavoro regolato dall'art. 1 (rapporto a tempo pieno).

Il giornalista quando sia stato assunto per prestare esclusivamente la sua opera ad un'impresa giornalistica o agenzia di informazioni per la stampa, non potrà assumere altri incarichi senza esserne autorizzato per iscritto dal direttore, d'accordo con l'editore.

Se al giornalista non assunto in esclusiva sia, in costanza del rapporto, richiesta la prestazione esclusiva, sarà dovuto un superminimo non inferiore al 13% da calcolarsi sul minimo di stipendio della categoria alla quale il giornalista appartiene, salva la facoltà del medesimo di risolvere il rapporto di lavoro con diritto alle indennità di licenziamento (trattamento di fine rapporto ed indennità di mancato preavviso).

In ogni caso il giornalista non potrà assumere incarichi in contrasto con gli interessi morali e materiali della azienda alla quale appartiene. Fatti salvi questi interessi, il giornalista potrà manifestare le proprie opinioni attraverso altre pubblicazioni di carattere culturale, religioso, politico o sindacale.

MODIFICHE, CESSIONE E PUBBLICAZIONE DI ARTICOLI - Art. 9

Modifiche ed integrazioni sostanziali ad ogni articolo o servizio firmato devono essere apportate con il consenso dell'autore, sempre che sia reperibile; l'articolo non dovrà comparire firmato nel caso in cui le modifiche siano apportate senza l'assenso del giornalista. Parimenti qualora i testi originali trasmessi anche dalle agenzie subiscano modifiche o integrazioni, dovranno essere pubblicati senza la firma dell'autore.

I redattori articolisti non possono cedere prima di sei mesi ad altri giornali o periodici gli articoli non pubblicati dal giornale o periodico al quale sono addetti senza previo consenso dell'editore, sentito il parere del direttore.

L'articolista, sia esso redattore, corrispondente, inviato speciale o collaboratore, può pubblicare in volume gli articoli inviati - compresi i testi dei servizi radiotelevisivi - siano o non siano stati retribuiti, tre mesi dopo la consegna dell'ultimo della serie, anche se non pubblicati o trasmessi dal giornale al quale erano destinati.

Per gli addetti ai periodici, il termine indicato nel comma che precede è di un anno, salvo diverso accordo scritto tra le parti.

Gli articoli che a giudizio del direttore nell'ambito delle sue prerogative, rivestono particolare importanza sono normalmente pubblicati con la firma dell'autore.

Analogo principio trova applicazione per i servizi dei giornalisti fotocinereporters e telecineoperatori.

Nel rispetto delle prerogative del direttore i giornali devono normalmente indicare la fonte di provenienza (agenzie di informazioni) degli articoli o servizi pubblicati senza la firma dell'autore.

COMITATO DI REDAZIONE - Art. 34

Il comitato di redazione, a richiesta del singolo giornalista dipendente che ravvisi un pregiudizio alla propria funzione professionale, potrà, con carattere non vincolante, esprimere pareri e formulare proposte integrative al direttore in tema di completezza dell'informazione anche in riferimento ai servizi di cronaca.

RAPPORTO TRA INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ - Art. 44

Allo scopo di tutelare il diritto del pubblico a ricevere una corretta informazione, distinta e distinguibile dal messaggio pubblicitario e non lesiva degli interessi dei singoli, i messaggi pubblicitari devono essere chiaramente individuabili come tali e quindi distinti, anche attraverso apposita indicazione, dai testi giornalistici.

Gli articoli elaborati dal giornalista nell'ambito della sua normale attività redazionale non possono essere utilizzati come materiale pubblicitario.

I testi elaborati dai giornalisti collaboratori dipendenti da uffici stampa o di pubbliche relazioni devono essere pubblicati facendo seguire alla firma l'indicazione dell'organizzazione cui l'autore del testo è addetto quando trattino argomenti riferiti all'attività principale dell'interessato.

I direttori nell'esercizio dei poteri previsti dall'art. 6, e considerate le peculiarità delle singole testate, sono garanti della correttezza e della qualità dell'informazione anche per quanto attiene il rapporto tra testo e pubblicità. A tal fine i direttori ricevono periodicamente i pareri dei comitati di redazione.

OSSERVATORIO ANTI-SOPRUSO - Art. 48

E' costituita una Commissione mista di 2 rappresentanti per ciascuna Federazione incaricata di raccogliere e coordinare entro 90 giorni dalla data di stesura del presente contratto la documentazione (progetti di legge, esperienze contrattuali di altri settori) utile a fornire alle parti un quadro di riferimento sullo stato e l'evoluzione del fenomeno e ciò in vista di possibili determinazioni normative.

Allegato C

DICHIARAZIONE CONGIUNTA FIEG/FNSI SUI MINORI ED I SOGGETTI DEBOLI

Ai fini di sviluppare un'informazione sui minori e sui soggetti deboli più funzionale alla crescita civile del nostro paese, la Federazione Nazionale della Stampa Italiana e la Federazione Italiana Editori Giornali, confermano che l'informazione deve riconoscere e rispettare i principi sanciti dalla Convenzione Onu del 1989 sui diritti del bambino e richiamano le specifiche normative previste dal codice di procedura penale a tutela dei minori.

(L'Italia ha ratificato la Convenzione il 27 maggio 1991 con la legge n. 176 e a tutt'oggi 192 Stati sono parte della Convenzione stessa. L'articolo 16 recita: "1. Nessun fanciullo sarà oggetto di interferenze arbitrarie o illegali nella sua vita privata, nella sua famiglia, nel suo domicilio o nella sua corrispondenza, e neppure di affronti illegali al suo onore e alla sua reputazione. 2. Il fanciullo ha diritto alla protezione della legge contro tali interferenze o tali affronti.)

12. La Carta dei doveri del giornalista.

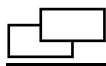
(Firmata a Roma l' 8 luglio 1993 dalla Fnsi e dall'Ordine nazionale dei Giornalisti)

PREMESSA

Il lavoro del giornalista si ispira ai principi della libertà d'informazione e di opinione, sanciti dalla Costituzione italiana, ed è regolato dall'articolo 2 della legge n. 69 del 3 febbraio 1963:

«E' diritto insopprimibile dei giornalisti la libertà d'informazione e di critica, limitata dall'osservanza delle norme di legge dettate a tutela della personalità altrui ed è loro obbligo inderogabile il rispetto della verità sostanziale dei fatti, osservati sempre i doveri imposti dalla lealtà e della buona fede. Devono essere rettificata le notizie che risultino inesatte e riparati gli eventuali errori. Giornalisti e editori sono tenuti a rispettare il segreto professionale sulla fonte delle notizie, quando ciò sia richiesto dal carattere fiduciario di esse, e a promuovere lo spirito di collaborazione tra colleghi, la cooperazione fra giornalisti e editori, e la fiducia tra la stampa e i lettori»

Il rapporto di fiducia tra gli organi d'informazione e i cittadini è la base del lavoro di ogni giornalista. Per promuovere e rendere più saldo tale rapporto i giornalisti italiani sottoscrivono la seguente Carta dei doveri.



PRINCIPI

Il giornalista deve rispettare, coltivare e difendere il diritto all'informazione di tutti i cittadini; per questo ricerca e diffonde ogni notizia o informazione che ritenga di pubblico interesse, nel rispetto della verità e con la maggiore accuratezza possibile.

Il giornalista ricerca e diffonde le notizie di pubblico interesse nonostante gli ostacoli che possono essere frapposti al suo lavoro e compie ogni sforzo per garantire al cittadino la conoscenza ed il controllo degli atti pubblici.

La responsabilità del giornalista verso i cittadini prevale sempre nei confronti di qualsiasi altra. Il giornalista non può mai subordinarla ad interessi di altri e particolarmente a quelli dell'editore, del governo o di altri organismi dello Stato.

Il giornalista ha il dovere fondamentale di rispettare la persona, la sua dignità e il suo diritto alla riservatezza e non discrimina mai nessuno per la sua razza, religione, sesso, condizioni fisiche o mentali, opinioni politiche.

Il giornalista corregge tempestivamente e accuratamente i suoi errori o le inesattezze, in conformità con il dovere di rettifica nei modi stabiliti dalla legge, e favorisce la possibilità di replica.

Il giornalista rispetta sempre e comunque il diritto alla presunzione d'innocenza.

Il giornalista è tenuto ad osservare il segreto professionale, quando ciò sia richiesto dal carattere fiduciario delle sue fonti. In qualsiasi altro caso il giornalista deve dare la massima trasparenza alle fonti.

Il giornalista non può aderire ad associazioni segrete o comunque in contrasto con l'articolo 18 della Costituzione.

Il giornalista non può accettare privilegi, favori o incarichi che possano condizionare la

sua autonomia e la sua credibilità professionale.

Il giornalista non deve omettere fatti o dettagli essenziali alla completa ricostruzione dell'avvenimento. I titoli, i sommari, le fotografie e le didascalie non devono travisare, né forzare il contenuto degli articoli o delle notizie.

Non deve inoltre pubblicare immagini o fotografie particolarmente raccapriccianti di soggetti coinvolti in fatti di cronaca, o comunque lesive della dignità della persona; né deve soffermarsi sui dettagli di violenza o di brutalità, a meno che non prevalgano preminenti motivi di interesse sociale. Non deve intervenire sulla realtà per creare immagini artificiali.

Il commento e l'opinione appartengono al diritto di parola e di critica e pertanto devono essere assolutamente liberi da qualsiasi vincolo, che non sia quello posto dalla legge per l'offesa e la diffamazione delle persone.

DOVERI

Responsabilità del giornalista

Il giornalista è responsabile del proprio lavoro verso i cittadini e deve favorire il loro dialogo con gli organi d'informazione. E si impegna a creare strumenti idonei (garanti dei lettori, pagine per i lettori, spazi per repliche, ecc.) e dando la massima diffusione alla loro attività.

Il giornalista accetta indicazioni e direttive soltanto dalle gerarchie redazionali della sua testata, purché le disposizioni non siano contrarie alla legge professionale, al Contratto nazionale di lavoro e alla Carta dei doveri.

Il giornalista non può discriminare nessuno per la sua razza, religione, sesso, condizioni fisiche o mentali, opinioni politiche. Il riferimento non discriminatorio, ingiurioso o denigratorio a queste caratteristiche della sfera privata delle persone è ammesso solo quando sia di rilevante interesse pubblico.

Il giornalista rispetta il diritto alla riservatezza di ogni cittadino e non può pubblicare notizie sulla sua vita privata se non quando siano di chiaro e rilevante interesse pubblico e rende, comunque, sempre note la propria identità e professione quando raccoglie tali notizie.

I nomi dei congiunti di persone coinvolte in casi di cronaca non vanno pubblicati a meno che ciò sia di rilevante interesse pubblico; non vanno comunque resi pubblici nel caso in cui ciò metta a rischio l'incolumità delle persone, né si possono pubblicare altri elementi che rendano possibile una identificazione (fotografie, immagini, ecc.).

I nomi delle vittime di violenze sessuali non vanno pubblicati né si possono fornire particolari che possano condurre alla loro identificazione a meno che ciò sia richiesto dalle stesse vittime per motivi di rilevante interesse generale.

Il giornalista presta sempre grande cautela nel rendere pubblici i nomi o comunque elementi che possano condurre all'identificazione dei collaboratori dell'autorità giudiziaria o delle forze di pubblica sicurezza, quando ciò possa mettere a rischio l'incolumità loro e delle famiglie.

Rettifica e replica

Il giornalista rispetta il diritto inviolabile del cittadino alla rettifica delle notizie inesatte o ritenute ingiustamente lesive.

Rettifica quindi con tempestività e appropriato rilievo, anche in assenza di specifica richiesta, le informazioni che dopo la loro diffusione si siano rivelate inesatte o errate, soprattutto quando l'errore possa ledere o danneggiare singole persone, enti, categorie, associazioni o comunità.

Il giornalista non deve dare notizia di accuse che possano danneggiare la reputazione e la dignità di una persona senza garantire opportunità di replica all'accusato. Nel caso in cui ciò sia impossibile (perché il diretto interessato risulta irreperibile o non intende replicare), ne informa il pubblico.

In ogni caso prima di pubblicare la notizia di un avviso di garanzia deve attivarsi per controllare se sia a conoscenza dell'interessato.

Presunzione d'innocenza

In tutti i casi di indagini o processi, il giornalista deve sempre ricordare che ogni persona accusata di un reato è innocente fino alla condanna definitiva e non deve costruire le notizie in modo da presentare come colpevoli le persone che non siano state giudicate tali in un processo.

Il giornalista non deve pubblicare immagini che presentino intenzionalmente o artificiosamente come colpevoli persone che non siano state giudicate tali in un processo.

In caso di assoluzione o proscioglimento di un imputato o di un inquisito, il giornalista deve sempre dare un appropriato rilievo giornalistico alla notizia, anche facendo riferimento alle notizie ed agli articoli pubblicati precedentemente.

Il giornalista deve osservare la massima cautela nel diffondere nome e immagini di persone incriminate per reati minori o di condannati a pene lievissime, salvo i casi di particolare rilevanza sociale.

Le fonti

Il giornalista deve sempre verificare le informazioni ottenute dalle sue fonti, per accertarne l'attendibilità e per controllare l'origine di quanto viene diffuso all'opinione pubblica, salvaguardando sempre la verità sostanziale dei fatti.

Nel caso in cui le fonti chiedano di rimanere riservate, il giornalista deve rispettare il segreto professionale e avrà cura di informare il lettore di tale circostanza.

In qualunque altro caso il giornalista deve sempre rispettare il principio della massima trasparenza delle fonti d'informazione, indicandole ai lettori o agli spettatori con la massima precisione possibile.

L'obbligo alla citazione della fonte vale anche quando si usino materiali delle agenzie o di altri mezzi d'informazione, a meno che la notizia non venga corretta o ampliata con mezzi propri, o non se ne modifichi il senso e il contenuto.

In nessun caso il giornalista accetta condizionamenti dalle fonti per la pubblicazione o la soppressione di una informazione.

Informazione e pubblicità

I cittadini hanno il diritto di ricevere un'informazione corretta, sempre distinta dal

messaggio pubblicitario e non lesiva degli interessi dei singoli.

I messaggi pubblicitari devono essere sempre e comunque distinguibili dai testi giornalistici attraverso chiare indicazioni.

Il giornalista è tenuto all'osservanza dei principi fissati dal Protocollo d'intesa sulla trasparenza dell'informazione e dal Contratto nazionale di lavoro giornalistico; deve sempre rendere riconoscibile l'informazione pubblicitaria e deve comunque porre il pubblico in grado di riconoscere il lavoro giornalistico dal messaggio promozionale.

Incompatibilità

Il giornalista non può subordinare in alcun caso al profitto personale o di terzi le informazioni economiche o finanziarie di cui sia venuto comunque a conoscenza, non può turbare inoltre l'andamento del mercato diffondendo fatti e circostanze riferibili al proprio tornaconto.

Il giornalista non può scrivere articoli o notizie relativi ad azioni sul cui andamento borsistico abbia direttamente o indirettamente un interesse finanziario, né può vendere o acquistare azioni delle quali si stia occupando professionalmente o debba occuparsi a breve termine.

Il giornalista rifiuta pagamenti, rimborsi spese, elargizioni, vacanze gratuite, trasferte, inviti a viaggi, regali, facilitazioni o prebende, da privati o da enti pubblici, che possano condizionare il suo lavoro e l'attività redazionale o ledere la sua credibilità e dignità professionale.

Il giornalista non assume incarichi e responsabilità in contrasto con l'esercizio autonomo della professione, né può prestare il nome, la voce, l'immagine per iniziative pubblicitarie incompatibili con la tutela dell'autonomia professionale.

Sono consentite invece, a titolo gratuito, analoghe prestazioni per iniziative pubblicitarie volte a fini sociali, umanitari, culturali, religiosi, artistici, sindacali o comunque prive di carattere speculativo.

Minori e soggetti deboli

Il giornalista rispetta i principi sanciti dalla Convenzione ONU del 1989 sui diritti del bambino e le regole sottoscritte con la Carta di Treviso per la tutela della personalità del minore, sia come protagonista attivo sia come vittima di un reato. In particolare:

- a) non pubblica il nome o qualsiasi elemento che possa condurre all'identificazione dei minori coinvolti in casi di cronaca;
- b) evita possibili strumentalizzazioni da parte degli adulti portati a rappresentare e a far prevalere esclusivamente il proprio interesse;
- c) valuta, comunque, se la diffusione della notizia relativa al minore giovi effettivamente all'interesse del minore stesso.

Il giornalista tutela i diritti e la dignità delle persone disabili siano esse portatrici di handicap fisico o mentale, in analogia con quanto già sancito dalla Carta di Treviso per i minori.

Il giornalista tutela i diritti dei malati, evitando nella pubblicazione di notizie su argomenti medici un sensazionalismo che potrebbe far sorgere timori o speranze infondate. In

particolare:

- a) non diffonde notizie sanitarie che non possano essere controllate con autorevoli fonti scientifiche;
- b) non cita il nome commerciale di farmaci e di prodotti in un contesto che possa favorire il consumo del prodotto;
- c) fornisce tempestivamente il nome commerciale dei prodotti farmaceutici ritirati o sospesi perché nocivi alla salute.

Il giornalista si impegna comunque ad usare il massimo rispetto nei confronti dei soggetti di cronaca che per ragioni sociali, economiche o culturali hanno minori strumenti di autotutela.



La violazione di queste regole integranti lo spirito dell'art. 2 della legge 3.2.1963 n. 69 comporta l'applicazione delle norme contenute nel Titolo III della citata legge.

.....

13. La Carta dei Doveri dell'informazione economica.

Roma, 8 febbraio 2005. C'è una nuova Carta dei doveri per i giornalisti dell'informazione economica e finanziaria. L'ha approvata il Consiglio nazionale nella riunione odierna. Il testo integra ed amplifica le norme in materia già contenute nella Carta del 1993.

A suggerire l'ampliamento è stata la circostanza che il Parlamento sta per approvare definitivamente la Direttiva Ue sul market abuse cioè sulla turbativa di mercato prodotta dalla diffusione, dolosa o colposa, di notizie che tendano ad alterare l'andamento delle quotazioni di borsa o a nascondere situazioni di dissesto come è accaduto per Cirio e Parmalat.

La normativa (se dovesse passare così com'è prevista oggi) non solo infliggerebbe severe sanzioni penali ma delegherebbe alla Consob il compito di comminare ai giornalisti pesantissime multe da 20mila a 5 milioni di euro. Così la Commissione per la Borsa assumerebbe il compito di controllare dei giornalisti economici e finanziari sostituendo, in pratica, l'Ordine.

La normativa comunitaria stabilisce, però, la competenza deontologica ordinistica in presenza di specifiche e rigorose norme di autoregolamentazione. Da qui la necessità della nuova Carta approvata oggi.

Le nuove regole sono fin d'ora vincolanti per tutti i giornalisti. Si invitano però i comitati di redazione e i direttori ad aprire un tavolo di confronto sui temi della trasparenza con l'obiettivo di arrivare all'approvazione di un codice di autoregolamentazione interno che adatti eventualmente la Carta appena approvata alle peculiarità della testata e ne allarghi la portata ad altri temi come la trasparenza sull'assetto proprietario nonché dei principali inserzionisti pubblicitari. Obiettivo principale di tale confronto è quello di ottenere la pubblicazione degli azionisti di controllo nella gerenza del giornale e in modo adeguato nel settore audiovisivo.

L'Ordine resta in attesa di eventuali deliberazioni adottate dalle assemblee di redazione e auspica un ampio dibattito tra tutti i colleghi sui temi della trasparenza e della correttezza dell'informazione.

Ecco la nuova carta dei doveri dell'informazione economica

- 1) Il giornalista riferisce correttamente, cioè senza alterazioni e omissioni che ne alterino il vero significato, le informazioni di cui dispone, soprattutto se già diffuse dalle agenzie di stampa o comunque di dominio pubblico. L'obbligo sussiste anche quando la notizia riguardi il suo editore o il referente politico o economico dell'organo di stampa.
- 2) Non si può subordinare in alcun caso al profitto personale o di terzi le informazioni economiche e finanziarie di cui si sia venuti a conoscenza nell'ambito della propria attività professionale né si può turbare l'andamento del mercato diffondendo fatti o circostanze utili ai propri interessi.
- 3) Il giornalista non può scrivere articoli che contengano valutazioni relative ad azioni o altri strumenti finanziari sul cui andamento borsistico abbia in qualunque modo un interesse finanziario, né può vendere o acquisire titoli di cui si stia occupando professionalmente nell'ambito suddetto o debba occuparsene a breve termine.
- 4) Il giornalista rifiuta pagamenti, rimborsi spese, elargizioni, vacanze gratuite, regali, facilitazioni o prebende da privati o enti pubblici che possano condizionare il suo lavoro e la sua autonomia o ledere la sua credibilità e dignità professionale.
- 5) Il giornalista non assume incarichi e responsabilità in contrasto con l'esercizio autonomo della professione, né può prestare nome, voce e immagine per iniziative pubblicitarie incompatibili con la credibilità e autonomia professionale. Sono consentite, invece, a titolo gratuito, analoghe iniziative volte a fini sociali, umanitari, culturali, religiosi, artistici, sindacali o comunque prive di carattere speculativo.
- 6) Il giornalista, tanto più se ha responsabilità direttive, deve assicurare un adeguato standard di trasparenza sulla proprietà editoriale del giornale e sull'identità e gli eventuali interessi di cui siano portatori i suoi analisti e commentatori esterni in relazione allo specifico argomento dell'articolo. In particolare va ricordato al lettore chi è l'editore del giornale quando un articolo tratti problemi economici e finanziari che direttamente lo riguardino o possano in qualche modo favorirlo o danneggiarlo.
- 7) Nel caso di articoli che contengano raccomandazioni d'investimento elaborate dallo stesso giornale va espressamente indicata l'identità dell'autore della raccomandazione (sia esso un giornalista interno o un collaboratore esterno). Occorre inoltre, nel rispetto delle norme deontologiche già in vigore sulla affidabilità e sulla pubblicità delle fonti, che per tutte le proiezioni, le previsioni e gli obiettivi di prezzo di un titolo siano chiaramente indicate le principali metodologie e ipotesi elaborate nel formularle e utilizzarle.
- 8) La presentazione degli studi degli analisti deve avvenire assicurando una piena informazione sull'identità degli autori e deve rispettare nella sostanza il contenuto delle ricerche. In caso di una significativa difformità occorre farne oggetto di segnalazione ai lettori.

14. Codice di autodisciplina del Sole-24 Ore.

I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore garantiscono nel loro lavoro quotidiano la massima correttezza professionale, rispettando in particolare i principi della Carta dei doveri dell'Ordine dei giornalisti e della Federazione della stampa, la Carta dei doveri dell'informazione economica e il presente Codice di autodisciplina. Si impegnano a non usare

la propria posizione professionale per ottenere vantaggi personali e a evitare ogni forma di conflitto di interesse.

A. Conflitti di interesse.

- 1. Conflitti di interesse.** I giornalisti del Sole-24 Ore si impegnano a non svolgere altre attività che possano alterare la loro indipendenza di giudizio. In particolare si impegnano a non accettare e svolgere incarichi di consulenza, anche part-time, per società ed enti di qualsiasi tipo che possano limitare l'accuratezza, la correttezza e l'indipendenza delle informazioni che elaborano e delle valutazioni che esprimono; e a **non curare uffici stampa di enti, aziende, società o manifestazioni sia a titolo gratuito che retribuito.**

Si impegnano inoltre, nel caso in cui tali attività vengano svolte da parenti entro il secondo grado o coniugi, partner di fatto e loro parenti o affini entro il secondo grado, a evitare conflitti di interesse nel loro lavoro quotidiano e a garantire la più ampia pubblicità degli incarichi e della loro evoluzione in modo da assicurare la massima indipendenza di giudizio ai colleghi.

I collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a non scrivere sul giornale articoli che riguardino soggetti di cui sono alle dirette dipendenze o per i quali svolgano attività di consulenza anche part-time che possano minare l'accuratezza, la correttezza e l'indipendenza delle informazioni e dei giudizi.

- 2. Dichiarazione degli interessi.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a segnalare al direttore i casi diretti e indiretti di conflitto di interesse nel momento stesso in cui sorgono. Nei casi rilevanti, il direttore può decidere di segnalare il potenziale conflitto ai lettori.
- 3. Abuso della posizione professionale verso gli esterni.** I giornalisti e i collaboratori del Sole 24 Ore si impegnano a non usare la propria posizione professionale nei rapporti con gli esterni per ottenere benefici economici o privilegi per sé o per altri.
- 4. Prodotti commerciali.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore rendono chiara al lettore la distinzione tra informazione e pubblicità. Si impegnano a non inserire negli articoli messaggi pubblicitari e a non accettare remunerazioni che, sotto alcuna forma, possano condizionare la scelta e il contenuto degli articoli.
- 5. Omaggi.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a rifiutare nell'ambito del loro lavoro per sé e per i propri familiari entro il secondo grado, per i coniugi o i partner di fatto e i loro familiari e affini entro il secondo grado qualunque forma di pagamento, omaggio, privilegio, servizio gratuito o a condizioni particolarmente favorevoli del valore indicativo superiore ai 100 euro o che possa comunque danneggiare l'accuratezza, la correttezza e l'indipendenza dell'informazione che elaborano e dei giudizi che esprimono.
- 6. Viaggi.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a rifiutare nell'ambito del loro lavoro offerte di viaggi e sistemazioni alberghiere pagate da enti o aziende per sé e per i propri familiari entro il secondo grado o per i coniugi, i partner di fatto e i loro familiari e affini entro il secondo grado. In casi eccezionali e particolari, solo il giornalista incaricato del servizio può essere beneficiario di queste offerte se autorizzato dal direttore.
- 7. Prove prodotto.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a restituire gli oggetti ricevuti in prova entro un tempo congruo per valutare il prodotto e comunque non oltre i due mesi.
- 8. Attività finanziaria.** Ai giornalisti e ai collaboratori del Sole-24 Ore è

consentita, come a qualunque altro cittadino, l'attività di compravendita di titoli e strumenti finanziari. I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano però a non occuparsi di società di cui essi o i propri familiari stretti entro il secondo grado, o i coniugi, i partner di fatto e i loro familiari e affini entro il secondo grado detengano azioni o obbligazioni.

- 9. Compravendita di titoli.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a non comprare o vendere titoli finanziari, anche indirettamente o attraverso parenti entro il secondo grado, o i coniugi, i partner di fatto e i loro familiari e affini entro il secondo grado, di cui si stanno occupando o di cui progettano di occuparsi nell'immediato futuro.
- 10. Uso delle informazioni.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore, nel pieno rispetto della legge sull'insider trading, si impegnano a non usare a proprio profitto informazioni finanziarie non pubbliche di cui sono venuti a conoscenza nell'ambito della propria attività professionale o di collaborazione.
- 11. Convegni e dibattiti.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a non scrivere su convegni e dibattiti a cui partecipano come relatori o moderatori, a meno che l'attività prestata sia a carattere gratuito e sia compatibile con l'accuratezza e l'indipendenza richiesta da questo codice. Sono esclusi dalla norma i convegni organizzati dal gruppo Il Sole-24 Ore.

B. Rapporti con le fonti.

- 12. Segreto professionale.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a tutelare fino in fondo la riservatezza delle fonti confidenziali, garantendo loro in modo assoluto il segreto professionale. Si impegnano inoltre alla assoluta segretezza sulle telefonate fatte e ricevute e su tutti i messaggi di posta elettronica.
- 13. Rapporti con l'esterno.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a non rivelare all'esterno, e in modo particolare a uffici stampa e agenzie di pubbliche relazioni, l'attività interna del giornale.
- 14. Identificazione delle fonti.** Salva la garanzia del segreto professionale (punto 12), i giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano ad attribuire, ove possibile, ogni informazione rilevante a una fonte identificabile. È comunque permesso, nell'interesse della completezza dell'informazione, riferire dichiarazioni anonime. I giornalisti si impegnano comunque a informare il lettore se si tratta di una fonte unica o di una pluralità di fonti.
- 15. Approvazione delle dichiarazioni.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a non concedere ad alcun interlocutore esterno alla redazione il privilegio di approvare gli articoli da pubblicare. Nel caso di interviste, la verifica dei virgolettati è una scelta personale dell'intervistatore.
- 16. Informazione in tempo reale.** I giornalisti e i collaboratori del Sole 24 Ore, nei casi in cui lavorino per media di informazione tempestiva (per esempio: radio, tv, on line) del gruppo, si impegnano alla più attenta verifica delle notizie e delle fonti compatibile con i tempi di pubblicazione o diffusione richiesti. I giornalisti e i collaboratori si impegnano anche a pubblicare le notizie appena conclusa positivamente la verifica delle stesse e delle fonti.
- 17. Report finanziari.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a riferire, se possibile, gli autori dei report finanziari di cui pubblicano le conclusioni, insieme con la data della diffusione.
- 18. Citazioni dirette.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a trascrivere con rigore le dichiarazioni da virgolettare sottoponendole alle normali attività redazionali senza alterarne il senso.

- 19. Redazione dei pezzi.** Salvi i poteri del direttore (previsti dall'articolo 6 del Contratto di lavoro), i giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore adibiti anche occasionalmente nell'attività redazionale degli articoli scritti da altri colleghi e collaboratori possono disporre solo del lavoro svolto direttamente e non degli articoli scritti da altri. Si impegnano quindi a non modificare in modo sostanziale il contenuto degli articoli senza contattare l'autore, sempre che sia rintracciabile. Si impegnano inoltre a rispettare rigorosamente le norme sul ritiro della firma (previste dall'articolo 9 del Contratto nazionale del lavoro giornalistico).
- 20. Errori.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a riconoscere rapidamente e con chiarezza i loro errori se rilevanti.
- 21. Completezza dell'informazione.** Salvi i poteri del direttore (previsti dall'articolo 6 del Contratto di lavoro), i giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a riferire con correttezza anche le voci contrarie o lontane dalla linea del giornale nel caso in cui risultino rilevanti.

C. Comportamento con i colleghi e i collaboratori.

- 22. Coinvolgimento.** Ogni giornalista del Sole-24 Ore assicura ai propri colleghi il coinvolgimento nella esecuzione del lavoro, anche prevedendo momenti di partecipazione a discussioni e decisioni, avendo cura di valorizzare l'indipendenza di giudizio di ciascuno.
- 23. Abuso della posizione professionale.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a non abusare della propria posizione professionale per ottenere benefici per sé o per altri da colleghi e collaboratori. Costituisce abuso della posizione professionale richiedere, come atto dovuto al collega con qualifica superiore, prestazioni non coerenti con l'esercizio della professione, favori personali o qualunque comportamento che configuri una violazione del presente codice.
- 24. Molestie e violenza psicologica.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a evitare e a far evitare qualunque forma di molestia morale e sessuale e di violenza psicologica soprattutto se svolte con lo scopo di emarginare o danneggiare un collega, anche se inquadrato con contratto di lavoro diverso, nella vita di relazione o di carriera.
- 25. Discriminazione.** I giornalisti e i collaboratori del Sole-24 Ore si impegnano a evitare qualunque azione di discriminazione tra i colleghi, anche inquadrati con contratto di lavoro diverso, e anche attraverso:
- i. l'esclusione dalla comunicazione e dalle informazioni nella redazione
 - ii. l'esclusione dalle normali attività di lavoro
 - iii. la sistematica svalutazione del lavoro e dei risultati, in qualunque forma
 - iv. la rimozione dagli incarichi senza valido motivo
 - v. l'attribuzione di compiti eccessivi rispetto alla qualifica, alla preparazione professionale, alla formazione o alle condizioni fisiche e di salute
 - vi. sovraccarichi di lavoro, compiti impossibili o inutili
 - vii. sistematiche contestazioni, visite fiscali, rifiuto di ferie, di permessi
 - viii. trasferimenti di redazione, di incarico o in sedi lontane
 - ix. molestie sessuali anche lievi e offese alla dignità personale
 - x. atti persecutori, maltrattamenti, comunicazioni verbali distorte ed offensive, soprattutto se effettuate in presenza di terzi, anche se non finalizzate a dequalificare l'immagine personale e professionale.

D. Norma di garanzia.

- 26.** Qualunque giornalista e collaboratore del Sole-24 Ore può rifiutarsi, senza subire alcun danno, di svolgere compiti che risultino in contrasto con le regole di questo codice di autodisciplina. Può inoltre segnalare al direttore responsabile e al Comitato di redazione casi di violazione del codice.

Le segnalazioni, anche se tenute riservate da chi le riceve, potranno essere prese in considerazione solo se contenenti informazioni sufficienti a identificare i termini della violazione e a effettuare una investigazione appropriata. Non sono ammesse segnalazioni anonime.

Il Comitato di redazione e il direttore congiuntamente si pronunceranno in modo irrituale, secondo equità e nel rispetto del contraddittorio; se ravviseranno possibili violazioni di questo codice o di altre norme deontologiche applicabili, porranno la questione al competente Consiglio dell'Ordine. **Nel caso sia impossibile giungere a una valutazione congiunta, sarà nominato un arbitro esterno e indipendente.**

15. Protocollo sulla trasparenza pubblicitaria

Protocollo d'intesa firmato il 14 aprile 1988 tra il Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti e la Federazione nazionale della Stampa italiana (Fnsi), e Associazione italiana agenzie di pubblicità a servizio completo (Assap), Associazione italiana studi di comunicazione (Aisscom), Associazione agenzie di relazioni pubbliche a servizio completo (Assorel), Federazione relazioni pubbliche italiana (Ferpi), Associazione italiana delle organizzazioni professionali di tecnica pubblicitaria (Otep), Associazione italiana di tecnici pubblicitari (Tp).

Il diritto-dovere ad una veritiera e libera informazione è principio universale nel quale si riconoscono e al rispetto del quale si impegnano le categorie professionali firmatarie del presente accordo.

Il cittadino è titolare del diritto ad una corretta informazione. Nei confronti del pubblico (lettore-ascoltatore) la responsabilità della correttezza dei messaggi è – ciascuno per la sua parte – delle categorie professionali delle comunicazioni di massa.

Primo dovere è di rendere sempre riconoscibile l'emittente del messaggio.

Il lettore o lo spettatore dovrà essere sempre in grado di riconoscere quali notizie, servizi od altre attività redazionali sono responsabilità della redazione o di singoli firmatari e quali invece sono direttamente e liberamente espresse da altri.

Nel caso di messaggi pubblicitari, dovrà essere riconoscibile al lettore, spettatore o ascoltatore l'identità dell'emittente in favore del quale viene trasmesso il messaggio, che può essere identificato come impresa od ente o anche come singola marca o prodotto o servizio purché chiaramente identificabile o riconoscibile.

Dovrà essere inoltre riconoscibile al mezzo di informazione che ospita la pubblicità (editore, emittente radiotelevisiva o altri) non solo l'identità di chi per conto del mezzo vende tempo e spazio (concessionaria), ma anche sempre l'identità del committente.

Nel caso delle relazioni pubbliche, dovrà essere nota al giornalista (o altro operatore culturale) che riceve un'informazione non solo l'identità di chi la emette o trasmette (agenzia di relazioni pubbliche o singolo professionista) ma anche quella del committente (impresa, ente o gruppo di opinione) per conto del quale l'informazione viene trasmessa.

In ogni caso la "firma" di ciascun messaggio deve essere chiara e trasparente.

Le categorie firmatarie di questo accordo convengono quindi sull'obbligo per i propri iscritti di rispettare la competenza, l'autonomia e la specifica professionalità delle altre categorie; e quindi di astenersi da iniziative che incrocino e confondano le competenze di professioni diverse. Al fine di una distinzione netta di differenti forme di comunicazione di massa, e di una compiuta autonomia di esse e delle professionalità specifiche, Assap, Ferpi, FNSI, Ordine dei giornalisti, Otep e T.P. concordano sulla necessità di assicurare una più diffusa conoscenza - sia da parte degli appartenenti alle diverse categorie, sia da parte del pubblico - delle norme e dei codici di comportamento che regolano i settori del giornalismo, della pubblicità e delle relazioni pubbliche; sulla valutazione che i principi ed i fini di tali norme e codici di comportamento sono comuni; sulle constatazioni che la piena conoscenza e la compiuta applicazione di dette normative è strumento adatto e sufficiente ad assicurare trasparenza e correttezza nella comunicazione di massa, nel rispetto dei ruoli distinti delle diverse categorie di operatori.

In forza dei principi enunciati, e in coerenza con le norme ed i codici di comportamento

vigenti per ciascuna delle categorie professionali della comunicazione, si conviene quanto segue:

- a) Per l'attività professionale non si dovranno accettare, richiedere od offrire (anche se con il consenso del datore di lavoro o committente) compensi di alcun genere che possano confondere o sovrapporre i ruoli professionali.
- b) Le attività economiche, i beni (prodotti e servizi) e le opinioni di singoli enti e gruppi possono essere soggetto di messaggio pubblicitario, di attività di relazioni pubbliche o di informazione giornalistica, senza alcuna limitazione o censura né reciproco condizionamento, nel solo rispetto delle leggi vigenti e delle norme di autodisciplina. Ma il "tipo" di messaggio deve essere riconoscibile e la collocazione di messaggi di natura diversa deve essere distinta.
- c) L'obbligo di correttezza è nei confronti di tutti i soggetti (pubblico, mezzi, aziende o enti). Le categorie sottoscrittrici riconoscono perciò la necessità della massima correttezza non solo nei rapporti reciproci ma anche nei confronti dei rispettivi committenti e porranno la massima attenzione alla veridicità delle informazioni trasmesse. Ciò implica in particolare per la professione giornalistica (in ragione della sua responsabilità "in proprio" dell'informazione) la verifica preventiva di attendibilità e di correttezza di quanto viene diffuso e la adeguata correzione di informazione che, dopo la loro diffusione, si rivelino non esatte, specialmente quando tali notizie possano risultare ingiustamente lesive o dannose per singole persone, enti o categorie.
- d) Gli associati delle organizzazioni firmatarie sono tenuti ad agire in modo tale da non indurre i componenti di altre categorie professionali a discostarsi dalle norme di comportamento proprie di ciascuna.

Assap, Ferpi, FNSI, Ordine dei giornalisti, Otep e T.P., per dare efficacia a questo accordo, stabiliscono di costituire un Comitato permanente, formato da un rappresentante per ciascuno degli organismi firmatari.

Il Comitato si riunirà in via ordinaria tre volte l'anno, e comunque in tutte le occasioni in cui ciò sia richiesto dall'insorgere di questioni, comuni o reciproche, che ricadano nei temi oggetto del presente accordo anche su richiesta di una singola associazione firmataria. Il Comitato potrà ricevere segnalazioni o richieste da iscritti alle singole organizzazioni o da esse trasmessi sulla base di esposti di cittadini. Il Comitato, accertato che il caso rientri nelle materie oggetto del presente accordo, potrà decidere di sottoporlo agli organi di vigilanza e autodisciplina delle singole categorie.

Il Comitato avrà soltanto potere di iniziativa nei confronti degli organi giudicanti, delle singole organizzazioni, ai quali soltanto rimarrà affidato – secondo le norme ed i regolamenti in vigore – il compito di pronunciarsi nel merito dei singoli casi.

16. La Carta dell'informazione e della programmazione a garanzia degli utenti e degli operatori del Servizio pubblico radiotelevisivo (dicembre 1995)

1 - PREMESSA

La prima parte di questa Carta richiama principi generali che ispirano il Servizio pubblico RAI. La seconda si riferisce alle trasmissioni informative. La terza alle trasmissioni varie.

In base ad essa gli utenti hanno la possibilità di accertare la concreta corrispondenza delle trasmissioni della RAI a tali criteri di comportamento, e, in caso di inadempienza, segnalare i fatti alla "Consulta-Qualità" (RAI Radiotelevisione Italiana, viale Mazzini 14 - 00195 Roma).

La "Consulta-Qualità", a somiglianza di istituti di cui gli enti radiotelevisivi dei paesi democratici che hanno finalità "pubbliche" si vanno dotando, è stata istituita per l'accertamento costante di tale corrispondenza. La "Consulta-Qualità" seguirà perciò sistematicamente la programmazione del Servizio pubblico, avvalendosi, nei casi più rilevanti, anche del "monitoraggio" di istituti scientifici, per valutare i modi in cui gli impegni assunti con la Carta si traducono nei palinsesti. Il Consiglio di amministrazione della RAI, anche in base ai pareri della "Consulta-Qualità", garantirà il loro rispetto, come vuole la legge n. 206 del 25.6.1993, Disposizioni sulla Società Concessionaria del Servizio pubblico radiotelevisivo, art. 2, punto 5.

Gli obblighi del Servizio pubblico si differenziano in maniera rilevante da quelli dell'Emittenza privata e della stampa, anche se l'intero sistema radiotelevisivo, per la sua natura pubblica derivante dal regime di concessione del suo esercizio, e per la pervasività del mezzo, ha una peculiare doverosità sociale. (Legge 6 agosto 1990, n. 223 - Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato - art. 1, punto 2).

Ciò comporta che l'autonomia professionale dei suoi operatori non può contravvenire a nessuno di quegli obblighi, essendo essa riconosciuta e tutelata proprio al fine di porre loro in condizione di garantire un prodotto di qualità, imparziale e corretto, come è richiesto dagli utenti, e di svolgere il loro compito senza interferenze di parte.

A questo fine la differenziazione fra Testate e Reti ha perciò un carattere soltanto editoriale e professionale, non ideologico.

La RAI è, comunque, consapevole che soltanto operatori motivati e capaci possono tradurre i criteri indicati nella Carta in una programmazione di qualità, tale da distinguersi e da legittimare il ruolo del Servizio pubblico radiotelevisivo.

2 - PRINCIPI GENERALI

La linea editoriale della RAI deve rispettare e soddisfare un pubblico che ha orientamenti, opinioni e gusti diversi. Nei programmi si deve quindi riflettere la molteplicità delle culture e degli interessi in modo che, qualunque sia il credo religioso, i convincimenti politici, la razza, il sesso, l'educazione, la condizione sociale e l'età, gli utenti non vengano trascurati o offesi.

I valori che si debbono rispecchiare nei programmi sono quelli desunti dalla Costituzione, dalle sentenze della Corte Costituzionale, dalle leggi del nostro Stato, dagli indirizzi degli organi parlamentari competenti, dalle delibere del Garante per la radiodiffusione, dalle Carte professionali e dai documenti del Consiglio di amministrazione.

Per "qualità" della programmazione del Servizio pubblico si intende quindi la sua costante ispirazione a tali valori e la capacità di tradurli in trasmissioni interessanti, efficaci e di buon gusto.

Il dovere dell'imparzialità è, comunque, quello che più connota l'identità del Servizio pubblico.

Esso non riguarda soltanto l'informazione, ma tutti i generi editoriali. Ogni operatore della RAI ed ogni collaboratore, qualunque sia il settore della sua attività (giornalismo, cultura, arte, intrattenimento, sport ecc.) deve sentirsi impegnato a rappresentare la realtà in tutti i suoi aspetti e a dar conto delle sue varie interpretazioni con il massimo di correttezza, completezza e obiettività, oltre che con il doveroso rispetto delle condizioni psicologiche e delle esigenze morali degli utenti, perché soltanto in questo modo crescerà nel Paese una opinione pubblica informata e democratica in grado di concorrere responsabilmente al suo sviluppo civile.

In questa ottica, la RAI non può schierarsi per una parte o per l'altra dello schieramento culturale e politico. Nessuna trasmissione deve contraddire questo principio per non compromettere la credibilità del

Servizio pubblico.

In rapporto all'attualità, l'imparzialità viene anche perseguita garantendo a partiti, movimenti, sindacati, associazioni variamente espressive della società, presenze dirette, significative ed equilibrate, pur tenendo conto della rappresentatività dei singoli soggetti.

Lo stesso criterio vale anche per le trasmissioni non informative, dato che anche nei campi del loro interesse vi sono correnti, gruppi, tendenze, scuole diverse, che hanno tutte diritto di cittadinanza radiotelevisiva.

La Commissione parlamentare ha rilevato in proposito che "l'equilibrio (tra le parti) va valutato non in termini formali di percentuali di tempo, ma in relazione alla rilevanza dell'informazione" respingendo l'opinione che "la correttezza si realizzi unicamente secondo una logica di lottizzazione".

Anche la RAI si sforzerà di ottenere un'audience sempre più ampia perché ciò rafforzerà la sua funzione di Servizio pubblico, ma l'audience non rappresenterà il suo fine strategico che resta quello della qualità delle sue offerte.

Fra i doveri primari del Servizio pubblico v'è anche quello di tener vivo e aperto il rapporto degli italiani all'estero con la madre patria grazie a trasmissioni sempre più frequenti che portino nelle case dei nostri connazionali notizie e immagini del loro paese tali da renderli non retoricamente soddisfatti di essere italiani.

Il Servizio pubblico, pur assecondando gli sviluppi, le innovazioni e l'introduzione delle nuove tecnologie, non penalizzerà la cosiddetta "tv generalista", intesa non come "tv generica", ma come offerta varia che, con la sua organicità tipologica può concorrere alla crescita civile e culturale degli strati più diversi della nostra società.

La programmazione della Rai, articolata nelle sue tre Reti, si ispirerà ad un disegno unitario che, proteggendo volta a volta uno dei programmi, caratterizzi l'offerta degli altri in modo che l'ascolto complessivo sia superiore a quello che otterrebbero programmi fra loro concorrenti.

3 - TRASMISSIONI INFORMATIVE

I notiziari della RAI non si limiteranno a diffondere le notizie del giorno, ma nello spirito del Servizio pubblico spiegheranno quelle di maggior rilievo con il massimo di obiettività storica perché la spiegazione concorra a rendere l'informazione degli utenti più organica, precisa e motivata.

Anche se ogni programma non può riferire sempre la posizione di tutte le parti, ciò deve essere fatto nei momenti e nei casi di particolare importanza, specialmente in periodo elettorale. Quando il tema di un programma è controverso non si giustificerebbe la sua trattazione senza il riferimento o, meglio ancora, la diretta partecipazione ad esso dei sostenitori delle interpretazioni più largamente condivise o, comunque, significative.

Anche l'eventuale partecipazione del pubblico alle trasmissioni, specie se politiche, deve essere improntata al criterio dell'imparzialità. Il pubblico che assiste non deve apparire una "claque" a favore di una parte o dell'altra, e quello che è invitato a partecipare attivamente non dovrà avere un unico orientamento.

Nelle trasmissioni del Servizio pubblico, qualunque sia la loro tipologia, non si possono attribuire ad alcuno, presente o non presente, fatti che abbiano una rilevanza penale. Qualora si dia notizia di denunce, avvisi di garanzia e comunque di atti relativi a procedimenti penali, non si possono esprimere giudizi come se i fatti fossero stati provati e sanzionati dall'Autorità giudiziaria. Al rispetto di tale divieto debbono impegnarsi tutti i partecipanti alle trasmissioni.

In caso di inadempienza, i responsabili saranno esclusi da successive partecipazioni. I conduttori di tali trasmissioni interverranno con fermezza per impedire che fatti del genere avvengano, e sono tenuti a deplorarli quando si verificassero, anche perché essi coinvolgono sempre la responsabilità dell'emittente.

Quando per ravvivare una trasmissione si fanno interviste ai passanti, la scelta delle opinioni degli intervistati deve essere compiuta in modo equilibrato, anche dal punto di vista della loro immagine, per non creare la sensazione che si voglia far prevalere una tesi sull'altra.

Tali interviste non vanno presentate come indicative di ciò che il pubblico pensa in generale, essendo le persone intervistate sempre troppo poche per rappresentare un campione significativo.

Se le interviste riguardano temi di particolare importanza, i diversi punti di vista vanno bilanciati accuratamente perché anch'essi concorrono a formare l'opinione pubblica.

Nelle notizie, nelle interviste, nei dibattiti, i sostenitori di una parte o dell'altra non vanno identificati con termini che possano qualificarli in un qualche senso negativo.

La selezione quotidiana delle notizie e degli argomenti da trattare, con riferimento alla loro importanza,

rilevanza e attualità, per essere considerata corretta, deve nel medio termine ricomporre la completezza del reale nelle sue varie interpretazioni. Per evitare l'interpretazione equivoca di talune notizie, specie quelle di maggiore rilevanza, sarà bene inquadrarle in un contesto che ne chiarisca i nessi causali, le condizioni ambientali, culturali, religiose ed etniche.

L'esposizione delle diverse posizioni deve essere sempre oggettiva, documentata, accurata ed equilibrata. Nel riferire vicende e fatti in corso, specie se privati, va sempre usata una razionale cautela, evitando emotività e sensazionalismo, per porre l'utente nella migliore condizione di formarsi un'opinione autonoma.

L'assenza volontaria del rappresentante di una delle tesi a confronto in un dibattito, in un'inchiesta o in una serie di interviste, non può essere di impedimento a trattare l'argomento. Il conduttore del programma è tenuto però a dare notizia dell'assenza motivandone la ragione, se essa è stata comunicata. Per la completezza e la migliore comprensione dell'argomento trattato, è comunque opportuno sintetizzare anche il punto di vista non direttamente rappresentato.

Nei telegiornali e nei giornali radio, specie in quelli diffusi nelle ore di maggiore ascolto, è da evitare la preponderanza e la crudezza realistica di certi fatti raccapriccianti di cronaca nera limitando le notizie relative alla informazione verbale o utilizzando, se ritenuto necessario, delle foto illustrative.

Quando si intervistano persone in preda all'ira o al dolore, ci si deve attenere alla massima sobrietà, evitando insistenze e sottolineature che possono dare l'impressione di voler "sfruttare" le loro emozioni. La RAI non deve ricercare effetti del genere, che appaiono alla grande maggioranza del pubblico inopportuni e spesso cinici.

La rappresentazione di atti di violenza fine a se stessa non è mai giustificabile. Quando in particolari contesti essa si renda necessaria per la migliore comprensione della notizia o del servizio o del dibattito, la rappresentazione sarà limitata al massimo e si eviteranno comunque i particolari più efferati. Non va dimenticato che i bambini affollano l'audience anche in ore in cui si riteneva che essa fosse di soli adulti.

Gli "editoriali" delle testate della RAI, quando si ritengano necessari per rendere più chiaro il significato di certi avvenimenti, vanno chiaramente distinti dalle notizie e non possono comunque privilegiare opinioni di parte. Anch'essi debbono riflettere un equilibrato pluralismo interpretativo nella lettura dei fatti dell'attualità politica. Il modello professionale che si ritiene più funzionale è quello delle "news-analysis".

Tutti gli operatori della RAI – sia nell'ambito delle Testate che delle Reti – dovranno astenersi dall'utilizzare i canali di diffusione aziendale per replicare a eventuali critiche personali, anche se riferite all'attività da loro svolta nell'ambito aziendale.

I giornalisti della RAI, specie quelli che firmano i loro servizi radiotelevisivi, non possono svolgere l'attività di editorialisti o commentatori politici in quotidiani o periodici, non possono svolgere funzioni di addetti stampa di organismi pubblici e di organizzazioni politiche, economiche o sindacali. Ciò appare incompatibile con i doveri che il Servizio pubblico impone loro, nuocerebbe alla loro credibilità professionale e sarebbe di danno all'immagine del Servizio pubblico.

In casi dubbi, gli interessati dovranno rivolgere domanda di autorizzazione alla Direzione generale, tramite la loro Direzione di appartenenza, che esprimerà le sue valutazioni anche in relazione a quanto prescrive la normativa professionale e contrattuale: Carta dei doveri del giornalista (Ordine Nazionale - FASI, 1993), Carta dei diritti e dei doveri del giornalista radiotelevisivo del Servizio pubblico (Usigrai, 1990) e Carta di Treviso su informazione e minori (5 ottobre 1990 e 25 novembre 1995), riportate negli Allegati.

Il giornalista RAI non potrà avere una collaborazione continuativa in materia radiotelevisiva con quotidiani e periodici. Egli non potrà neppure assumere rapporti di lavoro subordinato o autonomo, nonché incarichi o funzioni anche temporanei – esclusi quelli relativi ad attività didattiche presso Scuole di giornalismo professionali, universitarie o di specializzazione – che possano apparire contrastanti o condizionanti l'esercizio della professione nel Servizio pubblico.

Il diritto alla rettifica di informazioni non corrette deve essere soddisfatto nel più breve tempo possibile, comunque non oltre le 48 ore dalla ricezione della richiesta della parte lesa. Le rettifiche devono essere date con lo stesso risalto e nello stesso orario delle notizie da rettificare. Ove esistano dubbi da parte del settore responsabile sulla fondatezza della richiesta di rettifica, si dovrà richiedere il parere della struttura Affari Legali della RAI, che dovrà esprimerlo entro le 24 ore.

L'uso di riprese effettuate con la "candid camera", quando non abbia un carattere del tutto ludico, non è ammesso.

Il Servizio pubblico deve caratterizzare la propria programmazione anche con la correttezza del

linguaggio e con il comportamento di chi vi partecipa.

Per onestà comunicativa e per favorire la più facile e generalizzata interpretazione delle proprie comunicazioni, il Servizio pubblico deve preoccuparsi anche della coerenza e corrispondenza dei diversi codici utilizzati: verbale, visivo, sonoro. Essi devono reciprocamente rafforzarsi, non contraddirsi, né devono essere usati speciosamente a fini enfaticanti o riduttivi.

Se in trasmissioni di intrattenimento la diffusione di oroscopi può non essere sconveniente dato il loro carattere ludico, appare invece inopportuna, per il rilievo e l'apparente oggettività che in tal caso essi acquistano, nel contesto dei notiziari.

L'intervista deve avere un oggetto chiaro e definito. Sono sconsigliabili interviste su argomenti diversi, se si sa in anticipo che ne potrà essere trasmessa soltanto una parte. L'intervista dovrà essere registrata tenendo conto ragionevolmente del tempo assegnato alla sua diffusione per evitare di sottoporla a rilevanti tagli. Quando sia possibile, l'argomento dell'intervista deve essere comunicato tempestivamente all'intervistato allo scopo di garantire risposte più precise e sintetiche. L'intervistatore dovrà rivolgere domande brevi, chiare e incalzanti, sempre formulate in modo corretto.

L'intervistatore potrà, dichiarandolo, richiamare opinioni altrui, non le proprie. Correttezza vuole che all'intervistato sia sempre consentito di completare la sua risposta. Se questa fosse troppo lunga, l'intervistatore potrà naturalmente interromperla, e se tecnicamente possibile, farla ripetere, ma senza dare l'impressione che l'interruzione sia un espediente per manifestare il proprio dissenso nel merito.

Quando l'intervista è registrata, può accadere che l'intervistatore debba ridurla. Se si tratta di tagli che incidono in maniera rilevante sul merito del colloquio, l'intervistatore avrà cura di preavvertirne l'intervistato. È indispensabile che l'intervistatore chiarisca prima della registrazione qual è il tempo complessivamente disponibile, perché l'intervistato abbia modo di dimensionare opportunamente le sue risposte.

Quando selezione e montaggio si rendano indispensabili, si avrà cura di privilegiare le risposte più significative in modo che gli intervistati, vedendo la trasmissione, possano riconoscere di essere stati trattati con professionalità e correttezza.

I dibattiti, specie se l'argomento ha una rilevanza culturale, morale o politica, debbono essere il più possibile approfonditi, pur tenendo conto delle esigenze della televisione o della radio. La giustapposizione di singole frasi non è un dibattito e non è chiarificatrice. Se non vi è tempo per un ragionevole approfondimento del tema è preferibile non programmare dibattiti, ma effettuare inchieste. Nel rispetto del ritmo che una trasmissione, specie se televisiva, deve avere, è doveroso garantire ai partecipanti la possibilità di esprimere, sia pure sinteticamente, il loro pensiero. A questo fine i dibattiti vanno adeguatamente preparati per quanto riguarda la scelta dei partecipanti, il loro numero, che non deve essere troppo ampio, le loro personali capacità di sintesi e di chiarezza. Si eviti di concludere i dibattiti con l'osservazione ripetuta che essi cominciano proprio a quel punto a farsi interessanti. Un dibattito che appaia interrotto per ragioni di tempo è controproducente. L'intervento del moderatore deve mirare a rendere più chiaro e comprensibile lo svolgimento del dibattito, non a frantumarlo, anche se per ragioni di tempo.

Il Servizio pubblico richiede da parte degli operatori RAI un particolare senso di responsabilità nell'utilizzo di sequenze effettuate durante le sedute delle Camere per il dovuto rispetto delle Istituzioni. L'osservanza di questo principio assume particolare rilievo nel caso di incidenti parlamentari. La RAI utilizzerà tali sequenze nei notiziari di informazione e/o nei servizi speciali avendo cura che le riprese ed il loro montaggio documentino in maniera equilibrata i fatti. A questo fine, per chiarire meglio ciò che sta avvenendo, è opportuno riferire gli interventi dei Presidenti. Nei casi di incidenti particolarmente gravi in cui il Presidente inviti a sgombrare le tribune del pubblico, la RAI si conformerà alle decisioni dei Presidenti di Assemblea. Tale criterio impone di non riprendere comportamenti e atteggiamenti del tutto personali o sconvenienti.

Le trasmissioni sportive della RAI non privilegeranno gli sport maggiori e professionistici, pur dando loro il rilievo dovuto, ma presteranno sempre più attenzione agli sport minori e amatoriali allo scopo di rendere gli utenti più autenticamente e attivamente sportivi.

I sondaggi d'opinione possono svolgere una funzione democratica informando sugli atteggiamenti e le richieste del pubblico. Va peraltro ricordata la natura estremamente delicata e controversa di tali strumenti: essi sono infatti spesso strumentalizzati per far prevalere certi orientamenti. Occorre quindi utilizzare i sondaggi in modo corretto e cauto, secondo criteri professionali che ne garantiscano significatività, rappresentatività e affidabilità. La RAI riferirà perciò soltanto l'esito di sondaggi effettuati secondo le metodologie e le pratiche professionali precisate dalla normativa di legge in materia. La RAI,

comunque, eviterà di commissionare, in proprio, sondaggi su intenzioni di voto o su singoli partiti o personalità politiche, e quando commissionerà “exit-polls” o “poll dei polis” lo farà assicurandosi della correttezza delle loro metodologie. Comunque, quando si commissionano sondaggi su temi specifici, anche di valenza politica, va consultata, per gli aspetti tecnici, la struttura Ricerche di mercato RAI.

Nel riferire l'esito di sondaggi elettorali è consigliabile adottare i seguenti criteri generali: utilizzare i risultati dei sondaggi solo a supporto di notizie e non come notizie a se stanti; verificare direttamente la formulazione delle domande e la metodologia utilizzata prima di dare notizia delle interpretazioni fornite da chi ha effettuato il sondaggio; indicare sempre chi lo ha commissionato, chi lo ha effettuato, e la numerosità del campionamento; ricordare i margini di errore possibili, specie quando i risultati del sondaggio appaiono contraddire opinioni correnti; non trarre conclusioni assertive sottolineando sempre che i sondaggi non “dimostrano” ma semplicemente “suggeriscono”; precisare il periodo in cui l'indagine è stata effettuata e ricordare eventi significativi che possano avere influenzato l'opinione pubblica in quel periodo.

Le interviste telefoniche in diretta non vanno definite “sondaggi” perché non rappresentano un campione di opinioni. Rendono noti soltanto alcuni punti di vista. Quindi è opportuno farne un uso limitato.

Le statistiche debbono essere riportate correttamente citando la fonte. Non vanno riferite quando la fonte non sia nota e di riconosciuta affidabilità.

4 - TRASMISSIONI DI INTRATTENIMENTO E VARIE

Valgono anche per i programmi di intrattenimento quei principi di correttezza, responsabilità sociale, buon gusto, rispetto delle opinioni degli utenti, della diversità delle loro età, del loro sesso, della loro cultura, del loro credo religioso, e delle diverse condizioni sociali, che si impongono alle trasmissioni informative. Il Servizio pubblico, proprio perché tale, deve identificarsi anche in tali programmi che si propongono di intrattenere i componenti della famiglia senza ricorrere a volgarità, lenocini, doppi sensi, atteggiamenti e abbigliamenti sconvenienti, rappresentazione della violenza, scene di sesso, ecc., tutti elementi che se pur concorrono ad accrescere l'audience, alimentano un atteggiamento critico nei confronti del Servizio pubblico che è controproducente e ne insidia la legittimazione.

Anche nelle trasmissioni di intrattenimento il linguaggio deve essere corretto sia foneticamente che grammaticalmente e sintatticamente. Le cadenze dialettali che possono caratterizzare simpaticamente l'eloquio dei comici, non devono normalmente sostituirsi al buon italiano parlato. La difesa della nostra lingua deve avere nella televisione e nella radio pubbliche l'arma più efficace. La creazione di espressioni e parole nuove è apprezzabile quando arricchisce la nostra comunicazione, non quando la degrada.

Fra gli obblighi del Servizio pubblico rientra, non ultimo, anche quello che le sue trasmissioni debbono avere inizio e terminare nelle ore indicate. Soltanto fatti eccezionali possono giustificare variazioni di palinsesto e spostamenti di orari. Anche la puntualità è segno di rispetto per gli utenti.

Poiché toni di voce, pause, velocità maggiore o minore del parlare, espressioni del volto, condizionano la decodifica di ciò che si dice o si legge, è corretto adottare comportamenti il più possibile neutri in modo che non si sospetti alcuna intenzione.

La televisione, data la sua universalità e pervasività, si avvale normalmente della commistione dei generi per ottenere una più larga audience. Pur tenendo conto di ciò, occorre evitare che la spettacolarizzazione renda ogni comunicazione enfatica, ambigua, insoddisfacente.

Quando non si può approfondire un tema è opportuno informare il telespettatore che ciò che sente o vede è soltanto un punto di vista parziale o un approccio iniziale all'argomento.

Il Servizio pubblico, con trasmissioni speciali e periodiche, si propone di preparare soprattutto i giovani al miglior uso della televisione per evitare che essa li distraga troppo da quelle attività che possono meglio e più criticamente concorrere alla loro formazione. Il Servizio pubblico farà anche trasmissioni indirizzate alle famiglie che hanno bambini raccomandando che “l'esposizione” alla televisione non sia prolungata e incontrollata, ma, possibilmente, sempre indirizzata e mediata da qualche adulto.

Anche nei programmi di intrattenimento vanno evitate frequenti manipolazioni elettroniche che propongano una realtà virtuale. In tali casi è opportuno informare i telespettatori che si tratta di immagini create ad arte e, di tanto in tanto, va trovato il modo migliore per illustrare la tecnica di tali elaborazioni.

Il Servizio pubblico è impegnato a non diffondere programmi, propri o pubblicitari, che facciano ricorso a tecniche subliminali. Si impegna anche a non trasmettere spot pubblicitari che utilizzino i bambini in modi che contrastano con le indicazioni della “Carta di Treviso”.

La RAI non diffonderà in seconda serata programmi che possono suscitare anche l'interesse del pubblico infantile al fine di non stimolarli a restare alzati fino a tardi.

Le trasmissioni di produzione estera per i bambini saranno il più possibile limitate e selezionate attentamente per non favorire la diffusione di modelli estranei alla nostra cultura, specie se ispirati a valori da noi non ritenuti tali.

Nelle trasmissioni di propria produzione per i bambini, la RAI, senza proporre una visione retoricamente edulcorata della realtà, sottolineerà quanto in essa vi è di positivo e come al suo miglioramento possano concorrere tutti, bambini compresi.

La partecipazione di adolescenti alle trasmissioni della RAI deve sempre avvenire con il più doveroso rispetto della loro persona, senza strumentalizzare la loro età e i loro corpi, e senza rivolgere domande allusive alla loro intimità.

Nel riferire su storie di persone scomparse, evitare di rivelare particolari della loro vita intima. Invece di favorire, così potrebbero scoraggiare l'eventuale loro decisione di ritornare.

L'immagine della donna non deve rispondere a stereotipi riduttivi o strumentali. Non sarà perciò proposto come sex-symbol, anche perché ciò falsifica il suo ruolo reale. È opportuno anche evitare di ricorrere nelle trasmissioni di intrattenimento all'esibizione fine a se stessa di corpi femminili.

La RAI, raccogliendo le segnalazioni e le proteste di tanti ascoltatori, impegna tutti coloro che partecipano alle sue trasmissioni, specie a quelle d'intrattenimento che si svolgono in teatro, o in grandi studi, a fare un uso moderato della propria voce. Lo spettacolo televisivo, ovunque si svolga, ha sempre il carattere di spettacolo domestico per cui le voci dei conduttori debbono tener conto dell'ambiente casalingo in cui si diffondono. Anche per le voci esiste uno "specifico televisivo" che non va confuso con altri (piazza - teatro, ecc.).

Anche nelle trasmissioni di intrattenimento va evitato il frequente ricorso a vicende di cronaca nera e alla rappresentazione di atti di violenza. Occorre guardarsi dal gusto morboso o cinico della rappresentazione del dolore per non mancare di rispetto alla discrezione e alla riservatezza della persona. Tanto più ciò si impone – si ripete – quando i soggetti sono bambini. Quando ci si riferisce a riti satanici, a fenomeni di possessione o a pratiche di esorcismo, è opportuno sottolineare la rarità di tali fatti, la problematicità delle spiegazioni che se ne danno, e le particolari condizioni psico-patologiche, etniche e culturali che le caratterizzano.

La RAI si impegna a migliorare la qualità della "fiction", ancora in parte condizionata dalla produzione estera e troppo spesso incentrata su fatti di violenza, incentivando la produzione di programmi di autori italiani di diversa ispirazione narrativa.

Quando si traggono soggetti dalle nostre maggiori opere letterarie, artistiche e musicali occorre farlo rispettandone la dignità e la storicità.

L'acquisto all'estero di tv-movie, serial, miniserial, sarà sempre più selettivo e rigoroso evitando di importare a scatola chiusa film scadenti solo per aggiudicarsi alcuni film di qualità. Con particolare attenzione saranno visionati film del genere giallo-poliziesco che spesso abbondano di scene di violenza gratuita. Nella politica degli acquisti ci si sforzerà anche di equilibrare la produzione americana con quella europea. La RAI, comunque, intende favorire una forte ripresa della "fiction" nazionale, che ha subito negli ultimi anni una forte contrazione. Saranno incentivati anche l'acquisto e la produzione di documentari, sia storici che scientifici.

In collocazioni orarie opportune, e con adeguate presentazioni e commenti, saranno riproposte opere teatrali e musicali che sono un patrimonio ineguagliabile della nostra storia artistica e che appaiono adatte al vasto pubblico della televisione. Si farà anzi in modo che la loro diffusione si traduca in appuntamenti periodici fissi, anche con eventuali giochi a premio che ne stimolino un ascolto attento.

Il servizio pubblico, per rispondere sempre più efficacemente all'esigenza di innovazioni, che nell'utenza giovanile è sempre più forte, intende riprendere con maggiore impegno e mezzi adeguati la produzione di programmi in cui si sperimentino nuove formule e nuovi linguaggi chiamando a collaborare specialmente autori giovani. I loro prodotti andranno "monitorati" con audience variamente campionate prima di deciderne la diffusione con le opportune modalità di sostegno.

Il Servizio pubblico, anche d'intesa con le televisioni locali, intende impegnarsi nella valorizzazione di quelle iniziative che animano la vita delle nostre province.

Un mezzo di comunicazione come quello televisivo, nelle reti non tematiche non può che essere "divulgativo". Forte di alcune positive esperienze la RAI si sforzerà, però, di non banalizzare i messaggi che hanno fini di divulgazione. Riterrà anzi suo compito quello di fare intendere la profondità del pensiero, la complessità della scienza, l'ineffabilità dell'arte, perché si comprenda che la comunicazione televisiva del sapere non può andare oltre la semplice informazione e divulgazione, e non può sostituire lo studio e la lettura che si richiedono per il più serio apprendimento delle relative discipline.

La RAI eviterà normalmente di coinvolgere in programmi di intrattenimento persone la cui attività sia giudicata negativamente o il cui impegno pubblico, pur apprezzato dall'opinione pubblica, possa apparire contrastante con il fine ludico che quei programmi perseguono, a meno che la loro partecipazione "una tantum" non si giustifichi per specifici fatti di cronaca su cui si ritiene positivo richiamare l'attenzione dei tele e radioascoltatori.

Se è vero che la trasgressione fa spettacolo più della norma, la RAI eviterà di ricorrere ad essa strumentalmente. Il compito del Servizio pubblico è quello di restituire la realtà in tutta la sua complessità e di analizzarla con serietà critica per rendere i telespettatori più consapevoli dei problemi della società alla quale appartengono, non per indebolirla, ma per migliorarla.

Anche i programmi di intrattenimento possono avere finalità sociali non artificiose che sono più proprie del Servizio pubblico. È quindi auspicabile che si moltiplichino grazie anche alla creatività di nuovi autori, tanto più che si è visto che la loro audience è spesso superiore rispetto a quella delle trasmissioni puramente ludiche.

I programmi a premio pubblicizzeranno i criteri di scelta dei concorrenti e affideranno la scelta a organi che garantiscano la credibilità della sorte. L'ammontare dei premi singoli non dovrà essere esagerato e dovrà avere un rapporto con la difficoltà dei giochi. Trasmissioni con molti vincitori e con premi modici sono più compatibili con lo spirito del Servizio pubblico di trasmissioni con pochi vincitori e con premi maggiori.

Il rapporto fra la televisione e il cinema deve essere di collaborazione, ma non assistenziale. Il Servizio pubblico deve impegnarsi nella produzione e nella diffusione di film nazionali, ma i loro autori debbono tener conto della vastità dell'utenza a cui la televisione si rivolge. Il cinema adatto alla televisione è forse un nuovo genere che gli autori debbono inventare. Chi non si impegna in tale ricerca non può lamentare l'estraneità della televisione non potendosi pretendere che, specie un Servizio pubblico, diffonda film concepiti per il ristretto e particolare pubblico delle sale.

Il Servizio pubblico, pur tenuto per ragioni finanziarie a trasmettere spot pubblicitari, non accetterà quelli che contrastino con i principi e gli impegni di questa Carta.

La funzione della radio è sempre fondamentale e insostituibile. La rapidità delle sue notizie, le molteplici modalità del suo ascolto, lo stimolo al lavoro che essa esercita, la maggiore interattività delle sue trasmissioni, impongono di sostenerla, di svilupparne tutte le potenzialità e di migliorarne la qualità del segnale in Italia e all'estero. Valgono anche per la radio tutti i criteri di comportamento stabiliti per la televisione.

Il Servizio pubblico si impegna a realizzare fra la televisione e la radio sempre più numerose e funzionali sinergie che esaltino le loro complementarità.

La RAI darà la più ampia diffusione multimediale a questa Carta di garanzia e prenderà in considerazione, nei modi più concreti e rapidi, le segnalazioni di contravvenzioni ad essa che gli perverranno e che saranno ritenute fondate e oggettive.

Appendice 1

Disposizioni varie sui comunicati del governo e delle amministrazioni pubbliche e sulla partecipazione alle trasmissioni di candidati alle elezioni

La disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato (legge 223 del 1990, art. 9/10) specifica che in casi di gravi ed eccezionali esigenze di pubblica necessità, il governo, le Amministrazioni dello Stato, le Regioni e gli Enti pubblici territoriali possono chiedere alla RAI e ai concessionari privati la diffusione gratuita di "brevi comunicati" da trasmettere immediatamente. La Presidenza del Consiglio può inoltre disporre la trasmissione di messaggi di utilità sociale o di interesse delle Amministrazioni dello Stato, secondo tempi prestabiliti.

Per quanto riguarda la partecipazione alle trasmissioni della RAI di candidati alle elezioni, di membri del governo e di politici in generale, la RAI si attiene alle normative di legge e agli indirizzi volta a volta decisi dalla Commissione parlamentare competente. L'invito a partecipare, se non è disposto diversamente, viene rivolto direttamente alla persona che si desidera fare intervenire. Tale scelta sarà effettuata in base alla rilevanza giornalistica dell'avvenimento e al titolo che l'intervistato ha di parteciparvi. Ai partecipanti sarà comunicato il nome degli altri invitati con adeguato anticipo. In caso di rifiuto a partecipare, l'invito sarà reiterato (per iscritto o via fax) a conferma dell'intenzione della RAI di garantire una partecipazione equilibrata.

Quando l'invito viene rivolto a dirigenti politici o a parlamentari per esprimere, anche se come esperti, un loro parere, va indicata in trasmissione la loro appartenenza politica.

Appendice 2

Comportamento degli operatori del servizio pubblico impegnati politicamente nelle consultazioni elettorali

L'attività politica dei dipendenti, collaboratori, conduttori e autori di programmi con l'adempimento degli obblighi derivanti dal rapporto di lavoro con la RAI, quale concessionaria del Servizio pubblico radiotelevisivo, è regolata dalle norme aziendali in materia, secondo i principi qui di seguito riassunti:

a) i dipendenti RAI che abbiano accettato candidature elettorali devono darne comunicazione all'Azienda il giorno stesso e devono, da quel momento e fino alla chiusura dei seggi, essere collocati in ferie o in aspettativa non retribuita;

b) per quanto riguarda i lavoratori autonomi, nei relativi contratti deve essere previsto che, nell'evenienza di cui sopra, deve essere data dagli interessati analoga comunicazione, dalla quale consegue, per lo stesso periodo, la temporanea sospensione del rapporto;

c) nei periodi di aspettativa o di sospensione non è consentita la partecipazione in audio e in video. È fatta comunque salva la partecipazione dei dipendenti e dei collaboratori a trasmissioni istituzionali come le Tribune politiche, elettorali, etc., disciplinate dalla Commissione parlamentare radiotelevisiva;

d) ai dipendenti chiamati a cariche pubbliche elettive nazionali o locali ovvero a ricoprire incarichi in organizzazioni di partito, è fatto divieto, per tutta la durata del mandato, di curare e/o condurre trasmissioni radiofoniche e televisive.

I dipendenti e i collaboratori RAI che abbiano partecipato a manifestazioni pubbliche di carattere politico non possono essere incaricati di riferirne in trasmissioni, né possono partecipare a dibattiti radiotelevisivi sugli argomenti delle manifestazioni stesse, a meno che essi non riguardino problemi aziendali.

Salvo quanto stabilito nel precedente punto a), l'impegno politico dei dipendenti e collaboratori della RAI non può costituire motivo di discriminazione né a vantaggio né a scapito dei medesimi.

17. Le regole delle tv commerciali.

Codice di regolamentazione convenzionale dei principi, delle norme e delle regole cui si attengono le televisioni commerciali ai fini di assicurare il rispetto dei diritti e delle esigenze di un armonioso sviluppo dei telespettatori in età evolutiva

Stipulato a Roma il 19 maggio 1993 tra Frt - Federazione radio televisioni (le reti Fininvest e 150 delle principali Tv locali operanti nel Paese) e Acr - Azione cattolica dei ragazzi, Adoc - Associazione per la difesa e l'orientamento dei consumatori, Agesc - Associazione genitori scuole cattoliche, Aimc - Associazione maestri cattolici, Aiart - Associazione italiana ascoltatori radiofonici televisivi cine teatro, Age - Associazione italiana genitori, Anffas - Associazione nazionale famiglie di fanciulli e adulti subnormali, Cgd - Coordinamento genitori democratici, Cidi - Centro di iniziativa democratica degli insegnanti, Cif - Centro italiano femminile, Confconsumatori, Faes - Famiglia e scuola, Famiglie nuove, Sindacato delle famiglie, Telefono Azzurro, Ucim - Unione cattolica italiana insegnanti medi, Unicef-Comitato italiano per l'Unicef, Unione nazionale consumatori.

CODICE

Vista la Convenzione Onu del 1989 sui diritti del bambino;

Visti gli artt. 2, 3, 21, 31 e 41 della Costituzione;

Vista la direttiva Europea 3 ottobre 1989 n. 552 (art. 22);

Vista la legge 223/90;

Viste le norme del Codice penale poste a tutela dei minori;

Vista la Carta di Treviso sulla deontologia professionale degli operatori della comunicazione da rispettare nei confronti dei soggetti in età evolutiva in rapporto alle forme e ai contenuti dei moderni mezzi di comunicazione di massa;

Vista la Risoluzione del 28 ottobre 1991 su «Tv e minori» del Consiglio Consultivo degli Utenti costituito presso l'Ufficio del Garante per la Radiodiffusione e per l'Editoria;

Considerato che la società internazionale e l'ordinamento giuridico hanno ormai pienamente riconosciuto il diritto soggettivo del minore ad un regolare ed armonioso sviluppo della sua personalità;

Ritenuto che il rispetto di tale diritto debba essere assicurato attraverso il responsabile concorso, con la famiglia e con la scuola, di ogni altra agenzia di socializzazione, pubblica e privata;

Convenuto che la televisione ha già, e sempre più avrà, una rilevante incidenza sulla formazione e sull'educazione dei minori ai principi fondamentali dello sviluppo della società civile e che quindi un processo di regolamentazione riguarda sia le trasmissioni specificatamente dedicate ai ragazzi sia la più generale politica dei programmi televisivi e della pubblicità;

Considerato che i minori sono cittadini aventi gli stessi diritti degli altri cittadini, ma, nel contempo, esigenze di rispetto e di tutela particolari.

Le parti sottoscritte: approvano i principi, le norme e le regole indicate e concordano sull'opportunità di affidare il controllo della loro concreta applicazione ad un organismo paritetico, il quale sarà altresì deputato alla loro interpretazione *in itinere*.

Le parti sottoscritte: assumono a fondamento del Codice di Regolamentazione Convenzionale con riferimento alla generale programmazione televisiva e alle trasmissioni dedicate ai minori, i principi generali e le norme sia giuridiche sia deontologiche, già ricordati in premessa.

I documenti internazionali e nazionali citati vengono allegati al Codice e ne costituiscono parte integrante ed essenziale, oltre alle valutazioni e alle raccomandazioni di cui ai punti 4, 5, 6, 7 ed 8 della Risoluzione del Consiglio Consultivo degli Utenti.

Le parti sottoscritte, inoltre, stabiliscono le seguenti regole relative ai programmi specificatamente dedicate ai ragazzi.

1° Assicurare, ferma restando la scrupolosa osservanza dell'art. 15 commi 10, 11 e 13 della legge 6 agosto 1990, n. 223, che i programmi dedicati ai minori, in qualsiasi orario trasmessi, siano ispirati a valori positivi, umani e civili e al rispetto della dignità della persona.

2° Eliminare ragioni oggettive di pregiudizio per lo sviluppo dei minori nella programmazione ad essi dedicata e nella pubblicità in essa trasmessa a qualsiasi ora e quindi anche in quella messa in onda dalle 16:00 alle 19:00.

I programmi contenuti in tale fascia non devono essere comunque in contrasto con valori indicati al punto 1.

3° Garantire che nei 15 minuti precedenti e successivi ai programmi per minori non siano contenute sequenze, compresi *promo* e *trailer*, che possano turbare tale utenza.

4° Non inserire nella programmazione dedicata ai minori ed in particolare nella programmazione trasmessa dalle 16:00 alle 22:30, *trailer* e *promo* di produzioni televisive e cinematografiche non adatte ai minori.

5° Promuovere adeguatamente sulle reti le trasmissioni di programmi per minori nei tempi e nella programmazione a loro dedicata valutando anche le esigenze segnalate da educatori o da associazioni familiari e di teleutenti.

6° Eliminare la pubblicità in qualunque forma e modo effettuata di alcool, medicinali e, in genere, di tutti quei prodotti il cui uso può rilevarsi dannoso o pericoloso per i minori sia durante la fascia oraria protetta sia durante ogni altra programmazione dedicata ai minori.

7° Comunicare abitualmente alla stampa quotidiana, periodica e anche specializzata, nonché alle pubblicazioni specificatamente dedicate ai minori, i programmi per tale utenza sollecitandone le segnalazioni agli adulti.

8° Rispettare gli orari della programmazione come indicata sulla stampa.

9° Ispirare le autoproduzioni specifiche per i minori ai valori di cui al punto 1 e tenere conto dei medesimi valori in ogni altra produzione televisiva e cinematografica destinata ai minori.

10° Il rispetto e l'applicazione del Codice sono affidati ad un «*Comitato di attuazione*» il cui regolamento è approvato unitamente al Codice dell'Assemblea dei sottoscrittori. Il regolamento dovrà comprendere le norme di funzionamento del Comitato, le modalità di integrazione e di modificazione del Codice, l'indicazione di sanzioni dissuasive delle violazioni del Codice.

Letto, approvato e sottoscritto a Roma il 19 maggio 1993.

18. La Carta di Perugia. Informazione e malattia.

Il virus del corporativismo ha tempi di latenza infiniti. Non muore mai. I sintomi quotidianamente sono sotto gli occhi di tutti.

Non è contagioso ma è pericoloso: tanto per i portatori sani quanto per gli altri. Siamo convinti che la "Carta di Perugia" se non avrà l'efficacia di un vaccino, potrà almeno limitarlo negli effetti più deleteri.

La "Carta di Perugia" infatti, identificando un comune centro di interesse, non è stata scritta a vantaggio di questa o quella professione, ma a favore degli utenti del nostro lavoro, dandoci dei punti di riferimento per migliorare la qualità del nostro interagire.

È uno strumento che ciascuno di noi utilizzerà per garantire il rispetto dei diritti del cittadino malato e del cittadino che legge i giornali e guarda la televisione. Interagendo attiviamo processi di comunicazione: vogliamo farlo in maniera sempre più completa e corretta, salvaguardando la reciproca autonomia, ma con gli stessi obiettivi di fondo.

Articolo 1

Sono pregiudiziali in ogni processo di comunicazione la valutazione dell'interesse generale, il rispetto del diritto del cittadino-paziente alla tutela della propria dignità personale, il diritto del cittadino-utente ad un'informazione corretta e completa.

Articolo 2

L'informazione e la divulgazione devono contenere tutti gli elementi necessari a non creare false aspettative nei malati e negli utenti, e devono essere distinte in maniera evidente e inequivocabile da ogni possibile forma di pubblicità sanitaria.

Articolo 3

È dovere del giornalista verificare le notizie in suo possesso ricorrendo a fonti attendibili e qualificate.

Articolo 4

È dovere delle fonti fornire al giornalista tutti gli elementi necessari alla completezza dell'informazione, nel rispetto delle norme che regolano sia il segreto professionale che il diritto alla riservatezza del paziente

Articolo 5

Le notizie riguardanti le prestazioni erogate da singoli o da strutture devono essere complete ed esaurienti e comunque fornite da responsabili o da persone da essi delegate.

Articolo 6

Ogni struttura sanitaria deve dotarsi di strumenti idonei allo sviluppo di un corretto rapporto tra le parti che interagiscono e cioè cittadini, pazienti, sanitari e giornalisti.

Articolo 7

È impegno comune la non diffusione di informazioni che possano provocare allarmismi, turbative ed ogni possibile distorsione della verità.

Articolo 8

Le notizie riguardanti le problematiche della sfera psicologica, affettiva e sessuale devono essere fornite e divulgate senza indurre in interpretazioni speculative o deformanti dei fatti.

Articolo 9

Il giornalista è tenuto al rispetto dei principi della Carta dei Doveri e a rettificare le notizie inesatte o non complete con tempestività e rilievo adeguato.

Articolo 10

Le fonti sono tenute alla immediata rettifica di ogni eventuale informazione non rispondente a criteri di correttezza e di completezza.

Articolo 11

E' comune intento ricercare nella prassi la più ampia integrazione possibile dei rispettivi codici deontologici professionali.

Articolo 12

E' comune intento la tutela dei soggetti deboli, in particolare minori, handicappati ed anziani.

Articolo 13

E' comune intento collaborare, nel rispetto totale della reciproca autonomia, per l'attuazione dei principi contenuti in questa Carta.

Perugia, 11 gennaio I 995

**Federazione Regionale degli Ordini dei Medici Chirurghi ed Odontoiatri dell'Umbria
Il Presidente Piergiorgio Volpini**

**Consiglio Regionale Ordine dei Giornalisti Dell'Umbria.
Il Presidente Alvaro Fiorucci**

**Ordine Regionale Degli Psicologi Dell'Umbria.
Il Presidente Antonio Bertini**

19. La Carta informazione e sondaggi

Il diritto-dovere a una veritiera e libera informazione è principio universale nel quale si riconoscono e al rispetto del quale si impegnano le categorie firmatarie del presente accordo.

Il diritto del cittadino a una corretta informazione si estende a pieno titolo alla divulgazione di dati e informazioni derivanti da sondaggi di opinione, rilevazione di atteggiamenti politici, ricerche di mercato e in generale a tutte le informazioni ottenute con la tecnica del campione statistico.

Nei confronti del pubblico (lettore-ascoltatore), la responsabilità della correttezza delle informazioni relative a sondaggi è - ciascuno per la sua parte - del soggetto che esegue il sondaggio e del soggetto che lo divulga o diffonde in qualsiasi forma. Dovere imprescindibile di entrambe le parti è di fornire in ogni caso all'utente/ascoltatore tutte le informazioni necessarie e indispensabili per valutare l'attendibilità dei dati, la loro completezza, la loro rilevanza e significatività rispetto ai temi trattati e alle conclusioni tratte. Dovranno altresì essere forniti tutti i riferimenti necessari a spiegare in modo corretto le eventuali discordanze tra risultati di sondaggi apparentemente simili.

A questo proposito, i firmatari del protocollo si impegnano a far sì che la pubblicazione dei dati di sondaggi venga sempre accompagnata dalle seguenti informazioni, peraltro sostanzialmente recepite dal Decreto legge sulla "par condicio":

- a) **soggetto che ha realizzato il sondaggio e, se realizzato con altri, le collaborazioni di cui si è avvalso;**
- b) **criteri seguiti per l'individuazione del campione;**
- c) **metodo di raccolta delle informazioni e di elaborazione dei dati;**
- d) **numero delle persone interpellate e universo di riferimento;**
- e) **domande rivolte;**
- f) **percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda;**
- g) **date in cui è stato realizzato il sondaggio.**

È evidente che tali informazioni rappresentano il puro minimo indispensabile e che la loro omissione pone gravi problemi per l'etica professionale e per la stessa libertà di informazione democratica: presentare come "sondaggio" una serie di informazioni che non corrispondono alle regole per poter essere definite tali costituisce un concreto attentato alla buona fede del fruitore, in quanto esso fruitore può essere influenzato dall'autorevolezza connessa con il termine "sondaggi" ed attribuire alle informazioni diffuse una credibilità totalmente diversa che se tali informazioni fossero presentate come libere opinioni di questo o quel gruppo di cittadini o soggetti politici. Esistono altresì problematiche e argomenti complessi o delicati che per loro natura non possono essere adeguatamente "sondati" con qualsiasi tecnica, ma solo con il ricorso a tecniche complesse, sia in termini di tempi che di investimenti, che di competenze specifiche da parte del ricercatore. In questi casi, assai numerosi nella realtà, sarà necessario che il ricercatore esprima un giudizio obiettivo sulla adeguatezza della tecnica da impiegare e si astenga dal procedere a sondaggi che non diano sufficienti garanzie dal punto di vista metodologico.

In forza dei principi enunciati, e in coerenza con le norme e i codici di comportamento vigenti, si conviene che gli organismi firmatari del presente protocollo si impegneranno a rispettare e far rispettare i principi sopra esposti.

Per dare concreta efficacia a questo accordo si stabilisce di costituire un **Comitato Permanente**, formato da non più di 5 componenti in rappresentanza di tutti gli organismi firmatari.

Il Comitato si riunirà in via ordinaria tre volte l'anno, e comunque in tutte le occasioni in cui ciò sia richiesto dall'insorgere di questioni, comuni o reciproche, che ricadano nei temi oggetto del presente accordo anche su richiesta di una singola organizzazione firmataria.

Il Comitato potrà ricevere segnalazioni o richieste da iscritti alle singole organizzazioni o da essi trasmessi sulla base di esposti di cittadini. Il Comitato, accertato che il caso rientri nelle materie oggetto del presente accordo, potrà decidere di sottoporlo agli organi di vigilanza e autodisciplina

della singole categorie.

Il Comitato avrà soltanto potere di iniziative nei confronti degli organi giudicanti delle singole organizzazioni, ai quali soltanto rimarrà affidato - secondo le norme e i regolamenti in vigore - il compito di pronunciarsi nel merito dei singoli casi.

ASSIRM

(Associazione tra Istituti di Ricerche di Mercato, Sondaggi di opinione, Ricerca Sociale).

Milano, 7 Aprile 1995

(da www.odg.it)

20. Carta dei doveri del giornalista degli Uffici stampa pubblici.

(Documento approvato dal Gruppo Speciale Uffici Stampa dell'Ordine Nazionale dei Giornalisti nella riunione del 26 febbraio 2002)

Il giornalista, all'interno delle amministrazioni pubbliche, opera nella piena consapevolezza di salvaguardare due principi fondamentali consacrati dalla legge che regola le attività di informazione e di comunicazione nelle pubbliche amministrazioni.

Si tratta del diritto delle istituzioni pubbliche ad informare e dell'altrettanto importante principio, questa volta diretto ai cittadini, di essere informati. Ciò in ossequio alla norma costituzionale che consente a tutti, e quindi ad amministrazioni pubbliche e a privati cittadini, "di esprimere liberamente il proprio pensiero, con la parola, lo scritto, ed ogni altro mezzo di diffusione".

L'ufficio stampa di una pubblica amministrazione va quindi considerato come la fonte primaria dell'informazione verso il cittadino e il giornalista che vi opera, è tenuto severamente ad osservare non solo le norme stabilite per il pubblico dipendente, ma anche quelle deontologie fissate dalla legge istitutiva dell'Ordine dei giornalisti e quelle enunciate nei vari documenti ufficiali dell'Ordine stesso e che regolano eticamente la professione. Detti documenti riguardano in particolare le carte de "I doveri del giornalista" e di "Treviso" (con precipuo riferimento ai minori), ed ancora "Informazione e pubblicità" nonché "Informazione e sondaggi".

L'ufficio stampa nel quale il giornalista opera va considerato come luogo nel quale si concretizza lo scambio informativo tra l'Istituzione e i cittadini. Tale scambio agisce nelle due direzioni: da un lato il giornalista "racconta" l'Ente, il suo modo di funzionare, dall'altro è portatore, all'interno dell'Ente, delle esigenze dei cittadini rispetto all'Istituzione di riferimento.

In questa funzione, il giornalista deve, in armonia con il dettato legislativo, dividere nettamente il compito degli altri soggetti previsti dalle norme di legge in materia di informazione e comunicazione da quello di operatore dell'Ufficio stampa, evitando situazioni di confusione nelle quali il dovere di informare in maniera obiettiva ed accurata può finire col configgersi con le esigenze di una informazione personalistica e subordinata all'immagine.

Compito peculiare del giornalista che opera nelle Istituzioni è favorire il dialogo tra Ente ed utente, operando per la perfetta conoscenza delle norme, per la piena trasparenza dell'attività amministrativa, per il miglioramento dei servizi e la rimozione degli ostacoli che su frappongono alla loro piena fruibilità: egli pertanto favorisce il dialogo e organizza strumenti di ascolto, utilizzando la propria specificità professionale non solo per rendere riconoscibile l'Istituzione ai cittadini ma per farla da essi comprendere e rispettare. In questo senso il giornalista nel mentre ricerca ed attiva la collaborazione con i colleghi dei media per la trattazione di temi e notizie di carattere specifico, organizza strumenti professionali di informazione diretta, capaci di dare voce ai cittadini amministrati o che vadano comunque nella direzione di ridurre la distanza tra le istituzioni ed i cittadini.

Naturalmente dovrà avere particolare attenzione nell'osservare il dettato della legge sulla "privacy", anche se non sempre le regole deontologiche dei dipendenti delle amministrazioni pubbliche sono in accordo con quelle fissate per i giornalisti.

Il giornalista deve operare nella consapevolezza che la responsabilità verso i cittadini non può essere subordinata ad alcuna ragione particolare o di parte e annovera tra i suoi doveri d'ufficio l'obbligo di difendere la propria autonomia e la propria credibilità professionale. Tale obbligo si sostanzia altresì nel tenere l'informazione distinta da altre attività di comunicazione e di promozione, pur cooperando nella distinzione dei ruoli e nella chiarezza dei messaggi.

Nelle istituzioni pubbliche di tipo assembleare, tanto più se queste usufruiscono dell'attività di ufficio stampa in associazione, il giornalista opera nel rigoroso rispetto della dialettica tra le forze e soggetti che hanno un ruolo diverso, riportando le posizioni in modo corretto, senza censure né

forzature e provvedendo tempestivamente a correggere eventuali errori o inesattezze.

Nell'arco di vigenza del rapporto di lavoro, il giornalista degli Uffici stampa istituzionali non può assumere collaborazioni, incarichi o responsabilità che possano comunque inficiare la sua funzione di imparziale ed attendibile operatore dell'informazione.

La formazione, ma soprattutto il costante aggiornamento professionale, dovrà essere la base culturale del giornalista, cui è affidato un compito d'estrema delicatezza: quello di avvicinare sempre più la pubblica amministrazione al cittadino e allo stesso tempo rendere partecipe il cittadino stesso alla vita e all'attività dell'amministrazione pubblica.