



Ordine
dei
Giornalisti

Consiglio Regionale
della Toscana

I doveri
del Giornalista
2011

Ordine
dei
Giornalisti



Consiglio Regionale
della Toscana

I doveri del Giornalista

2011





Cari colleghi,

in questa pubblicazione sono raccolti i testi della deontologia professionale dei giornalisti, un patrimonio e un valore che si riafferma e si rafforza di fronte ai ripetuti tentativi della politica di regolare, in maniera certo non disinteressata, la nostra professione. Questo volume, testimonia la storia e la convinzione con cui la nostra categoria ha cercato, in maniera autonoma e indipendente, di costruire un impianto deontologico e di autoregolamentazione, nella persuasione che limiti devono esserci e di conseguenza è bene che a stabilirli, nell'esclusivo interesse dell'opinione pubblica, siano gli stessi giornalisti.

Questa raccolta dei principali testi deontologici sottoscritti dalla categoria ha l'obiettivo di riaffermare la libertà di informazione e di opinione, costituzionalmente riconosciuta, e coniugarla con l'esigenza di rispettare i fondamentali diritti e la dignità personale dei cittadini.

Non possiamo, infatti, dimenticare che anche il giornalismo comporta diritti e doveri, libertà e responsabilità, e non possiamo disgiungere la nostra professionalità da un comportamento etico che sia garanzia di correttezza ed obiettività.

Come recita la Carta di Roma, "... tutti i colleghi, ed i responsabili di redazione in particolare, "devono riflettere "sul danno che può essere arrecato da comportamenti superficiali e non corretti, che possano suscitare allarmi ingiustificati". In tutte le norme di autodisciplina dei giornalisti, dalla Carta di Treviso al Codice sulla privacy, è evidente la volontà di contribuire all'affermarsi di un'informazione che risponda sempre meglio ai criteri di veridicità, trasparenza, rispetto della persona.

Chi esercita la nostra professione deve essere consapevole del proprio ruolo che deve essere svolto con responsabilità, trasparenza e indipendenza. Ci auguriamo che questo opuscolo possa dare un contributo in questa direzione.

Carlo Bartoli

Presidente dell'Ordine dei Giornalisti della Toscana

CARTA DEI DOVERI DEL GIORNALISTA

Documento CNOG-FNSI dell' 8 luglio 1993

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 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»

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.



CODICE DI PROCEDURA PENALE Art. 200

(Segreto professionale)

1. Non possono essere obbligati a deporre su quanto hanno conosciuto per ragione del proprio ministero, ufficio o professione, salvi i casi in cui hanno l'obbligo di riferirne all'autorità giudiziaria:

- a) i ministri di confessioni religiose, i cui statuti non contrastino con l'ordinamento giuridico italiano;
- b) gli avvocati, gli investigatori privati autorizzati, i consulenti tecnici e i notai;
- c) i medici e i chirurghi, i farmacisti, le ostetriche e ogni altro esercente una professione sanitaria;
- d) gli esercenti altri uffici o professioni ai quali la legge riconosce la facoltà di astenersi dal deporre determinata dal segreto professionale.

2. Il giudice, se ha motivo di dubitare che la dichiarazione resa da tali persone per esimersi dal deporre sia infondata, provvede agli accertamenti necessari. Se risulta infondata, ordina che il testimone deponga.

3. Le disposizioni previste dai commi 1 e 2 si applicano ai giornalisti professionisti iscritti nell'albo professionale, relativamente ai nomi delle persone dalle quali i medesimi hanno avuto notizie di carattere fiduciario nell'esercizio della loro professione. Tuttavia se le notizie sono indispensabili ai fini della prova del reato per cui si procede e la loro veridicità può essere accertata solo attraverso l'identificazione della fonte della notizia, il giudice ordina al giornalista di indicare la fonte delle sue informazioni.

NORME SULLA RETTIFICA

Legge 8 febbraio 1948, n. 47 Art. 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 (1). 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 (2).

(1) La sanzione originaria della multa è stata sostituita con la sanzione amministrativa dall'art. 32, l. 24 novembre 1981, n. 689, e così elevata dall'art. 114, primo comma, della citata l. 689/1981.

(2) Articolo così sostituito dall'art. 42, l. 5 agosto 1981, n. 416.



Legge 6 agosto 1990, n.223 Art. 10
(Telegiornali e giornali radio - Rettifica Comunicati di organi pubblici)

1. Ai telegiornali e ai giornali radio si applicano le norme sulla registrazione dei giornali e periodici contenute negli articoli 5 e 6, L. 8 febbraio 1948, n. 47; i direttori dei telegiornali e dei giornali radio sono, a questo fine, considerati direttori responsabili.

2. Chiunque si ritenga lesa nei suoi interessi morali o materiali da trasmissioni contrarie a verità, ha diritto di chiedere al concessionario privato o alla concessionaria pubblica ovvero alle persone da loro delegate al controllo della trasmissione che sia trasmessa apposita rettifica, purché questa ultima non abbia contenuto che possa dar luogo a responsabilità penali.

3. La rettifica è effettuata entro quarantotto ore dalla ricezione della relativa richiesta, in fascia oraria e con il rilievo corrispondenti a quelli della trasmissione che ha dato origine alla lesione degli interessi. Trascorso detto termine senza che la rettifica sia stata effettuata, l'interessato può trasmettere la richiesta al Garante, che provvede ai sensi del comma 4.

4. Fatta salva la competenza dell'autorità giudiziaria ordinaria a tutela dei diritti soggettivi, nel caso in cui il concessionario privato o la concessionaria pubblica ritengano che non ricorrono le condizioni per la trasmissione della rettifica, sottopongono entro il giorno successivo alla richiesta la questione al Garante che si pronuncia nel termine di cinque giorni. Se il Garante ritiene fondata la richiesta di rettifica, quest'ultima, preceduta dall'indicazione della pronuncia del Garante stesso, deve essere trasmessa entro le ventiquattro ore successive alla pronuncia medesima.

5. Il Governo, le Amministrazioni dello Stato, le Regioni e gli enti pubblici territoriali, per soddisfare gravi ed eccezionali esigenze di pubblica necessità, nell'ambito interessato da dette esigenze, possono chiedere ai concessionari privati o alla concessionaria pubblica la trasmissione gratuita di brevi comunicati. Detti comunicati devono essere trasmessi immediatamente.

6. Sono fatte salve le disposizioni di cui all'articolo 22, primo comma, della legge 14 aprile 1975, n. 103.

CARTA DI TREVISO per una cultura dell'infanzia

Documento CNOG/FNSI del 5 ottobre 1990 aggiornato con delibera del CNOG del 30.3.2006

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 esplicitarsi 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;
- 7) ad auspicare, da parte di tutte le associazioni dei comunicatori, un impegno comune a tutelare l'interesse dell'infanzia nel nostro Paese;



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

9) 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 con deliberazione n. 49/06).



VADEMECUM DELLA CARTA DI TREVISO

Documento CNOG/FNSI del 25 novembre 1995

I giornalisti italiani, d'intesa con Telefono Azzurro, a cinque anni dall'approvazione della Carta di Treviso, ne riconfermano il valore e ne ribadiscono i principi a salvaguardia della dignità e di uno sviluppo equilibrato dei bambini e degli adolescenti - senza distinzioni di sesso, razza, etnia e religione -, anche in funzione di uno sviluppo della conoscenza dei problemi minorili e per ampliare nell'opinione pubblica una cultura dell'infanzia pur prendendo spunto dai fatti di cronaca.

In considerazione delle ripetute violazioni della "Carta", ritengono utile sottolineare alcune regole di comportamento, peraltro non esaustive dell'impegno, anche in applicazione delle norme nazionali ed internazionali in vigore.

1) Al bambino coinvolto come autore, vittima o teste - in fatti di cronaca, la cui diffusione possa influenzare negativamente la sua crescita, deve essere garantito l'assoluto anonimato. Per esempio deve essere evitata la pubblicazione di tutti gli elementi che possono portare alla sua identificazione, quali le generalità dei genitori, l'indirizzo dell'abitazione o il Comune di residenza nel caso di piccoli centri, l'indicazione della scuola cui appartenga.

2) 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 e inchieste, occorre comunque anche in questi casi tutelare l'anonimato del minore per non incidere sull'armonico sviluppo della sua personalità.

3) Il bambino non va intervistato o impegnato in trasmissioni televisive e radiofoniche che possano ledere la sua dignità né turbato nella sua privacy o coinvolto in una pubblicità che possa ledere l'armonico sviluppo della sua personalità e ciò a prescindere dall'eventuale consenso dei genitori.

4) Nel caso di comportamenti lesivi o autolesivi (come suicidi, lanci di sassi, fughe da casa, ecc....) posti in essere da minorenni, occorre non enfatizzare quei particolari di cronaca che possano provocare effetti di suggestione o emulazione.

5) Nel caso di bambini malati, feriti o disabili, occorre porre particolare attenzione 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.

I giornalisti riuniti a Venezia e Treviso il 23-24-25 novembre 1995 per la chiusura del Convegno "Il Bambino e l'informazione" impegnano inoltre

- il Comitato Nazionale di Garanzia a:

a) diffondere la normativa esistente;

b) pubblicizzare i propri provvedimenti anche attraverso un bollettino;

c) attuare l'Osservatorio previsto dalla Carta di Treviso: Rai, Fieg e Fininvest;

d) organizzare una conferenza annuale di verifica dell'attività svolta e di presentazione dei dati dell'Osservatorio;

e) coinvolgere nell'applicazione della Carta di Treviso in modo più diretto i direttori di quotidiani, agenzie di stampa periodici, notiziari televisivi e radiofonici;

f) sollecitare la creazione di uffici stampa presso i Tribunali per i minorenni;

g) sviluppare in positivo la creazione di spazi informativi e di comunicazione per i minori affinché se ne possa parlare nella loro normalità e non soltanto nell'emergenza.

- il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti a:

a) prevedere che nella riforma dell'Ordine sia semplificata la procedura disciplinare e contemplata la sanzione accessoria della pubblicazione del provvedimento;

b) organizzare seminari e incontri e quanto sia utile per confrontare l'iniziativa dei Consigli regionali dell'Ordine;

c) coinvolgere le scuole di giornalismo come centri di monitoraggio.

Treviso, 25 novembre 1995



La dichiarazione congiunta FNSI-FIEG allegata al contratto collettivo di lavoro giornalistico afferma: “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 nella Convenzione ONU del 1989 sui diritti del bambino e richiamano le specifiche normative previste dal Codice di procedura penale a tutela dei minori”.

La Convenzione Internazionale sui Diritti dell’Infanzia firmata a New York il 20 novembre 1989 prevede:

Articolo 13

Il fanciullo ha diritto alla libertà di espressione. Questo diritto comprende la libertà di ricercare, ricevere e diffondere informazioni e idee di ogni genere, a prescindere dalle frontiere, sia verbalmente che per iscritto o a mezzo stampa o in forma artistica o mediante qualsiasi altro mezzo scelto dal fanciullo.

Articolo 16

Nessun fanciullo potrà essere sottoposto ad interferenze arbitrarie o illegali nella sua vita privata, nella sua famiglia, nella sua casa o nella sua corrispondenza, né a lesioni illecite del suo onore della sua reputazione. Ogni fanciullo ha diritto ad essere tutelato dalla legge contro tali interferenze o atteggiamenti lesivi.

Articolo 17

Gli Stati parti riconoscono l’importante funzione svolta dai mass-media e devono assicurare che il fanciullo abbia accesso a informazioni e a programmi provenienti da diverse fonti nazionali ed internazionali, in particolare a quelli che mirano a promuovere il suo benessere sociale, spirituale e morale nonché la sua salute fisica e mentale. A tal fine, gli Stati parti devono:

- a) incoraggiare i mass-media a diffondere un’informazione e programmi che presentino un’utilità sociale e culturale per il fanciullo e che risultino conformi allo spirito dell’articolo 29;
- b) incoraggiare la cooperazione internazionale allo scopo di promuovere la produzione, lo scambio e la diffusione di un’informazione e di programmi di questa natura provenienti da diverse fonti culturali, nazionali ed internazionali;
- c) incoraggiare la produzione e la diffusione di libri per ragazzi;



d) incoraggiare i mass-media a prestare particolare attenzione ai bisogni linguistici dei bambini autoctoni o appartenenti a minoranze;

e) promuovere l'elaborazione di appropriati principi direttivi destinati a tutelare il fanciullo contro l'informazione ed i programmi che nuocciano al suo benessere, tenuto conto delle disposizioni degli articoli 13 e 18.

Il codice di procedura penale (Dpr 22 settembre 1988, n.447), all'art. 114, comma 6, prevede che "è vietata la pubblicazione delle generalità e dell'immagine dei minorenni testimoni, persone offese o danneggiate 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".



CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE TV E MINORI

Decreto Ministero Comunicazioni del 29 novembre 2002

PREMESSA

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

a) che l'utenza televisiva è costituita – specie in alcune fasce orarie – anche da minori;

b) che il bisogno del minore a 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 le condizioni perché i minori possano 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 minori a conoscere progressivamente la vita e ad affrontarne i problemi;

d) che il minore è un cittadino soggetto di diritti; egli ha perciò diritto a essere tutelato da trasmissioni televisive che possano nuocere alla sua integrità psichica e morale, anche se la sua famiglia è carente sul piano educativo;

e) che, riconosciuti i diritti di ogni cittadino – utente e quelli 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 Imprese televisive ritengono opportuno non solo impegnarsi a uno scrupoloso rispetto della normativa vigente a tutela dei minori, ma anche a dar vita a un codice di autoregolamentazione che possa assicurare



contributi positivi allo sviluppo della loro personalità e comunque che eviti messaggi che possano danneggiarla nel rispetto della Convenzione ONU che impegna ad adottare appropriati codici di condotta affinché il bambino/a sia protetto da informazioni e materiali dannosi al suo benessere (art.17).

Il presente Codice è rivolto a tutelare i diritti e l'integrità psichica e morale dei minori, con particolare attenzione e riferimento alla fascia di età più debole (0 –14 anni).

I firmatari si impegnano a rendere il presente Codice quale testo di riferimento unico in materia di autoregolamentazione Tv e minori – fatte salve le ulteriori disposizioni contenute in altri testi, anche adottando specifiche iniziative per rendere omogenei ed uniformare tutti i precedenti Codici nella medesima materia.

PRINCIPI GENERALI

Le Imprese televisive, fermo restando il rispetto delle norme vigenti a tutela dei minori e in particolare delle disposizioni contenute nell'art.8, c.1, e nell'art.15, comma 10, della legge n. 223/90, si impegnano a:

a) migliorare ed elevare la qualità delle trasmissioni televisive destinate ai minori;

b) aiutare gli adulti, le famiglie e i minori a 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) collaborare col sistema scolastico per educare i minori a una corretta ed adeguata alfabetizzazione televisiva, anche con il supporto di esperti di settore;

d) assegnare alle trasmissioni per minori personale appositamente preparato e di alta qualità;

e) sensibilizzare in maniera specifica il pubblico ai problemi della disabilità, del disadattamento sociale, del disagio psichico in età evolutiva, in maniera di aiutare e non ferire le esigenze dei minori in queste condizioni;

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

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



PARTE PRIMA: LE NORME DI COMPORTAMENTO

1. LA PARTECIPAZIONE DEI MINORI ALLE TRASMISSIONI TELEVISIVE

1.1. Le Imprese 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 la loro ingenuità, senza affrontare con loro argomenti scabrosi e senza rivolgere domande allusive alla loro intimità e a quella dei loro familiari.

1.2. In particolare, le Imprese televisive si impegnano, sia nelle trasmissioni di intrattenimento che di informazione, a:

a) non trasmettere immagini di minori autori, testimoni o vittime di reati e in ogni caso a garantirne l'assoluto anonimato, anche secondo quanto previsto dall'art. 25 della legge n. 675/96 nonché dal Codice di deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica;

b) non utilizzare minori con gravi patologie o disabili per scopi propagandistici o per qualsiasi altra ragione che sia in contrasto con i loro diritti e che non tenga conto della loro dignità;

c) non intervistare minori in situazioni di grave crisi (per esempio, che siano fuggiti da 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;

d) non far partecipare minori a trasmissioni in cui si dibatte se sia opportuno il loro affidamento ad un genitore o a un altro, se sia giustificato un loro allontanamento da casa o un'adozione, se la condotta di un genitore sia stata più o meno dannosa;

e) non utilizzare i minori in grottesche imitazioni degli adulti.

2. LA TELEVISIONE PER TUTTI (7.00 - 22.30)

2.1. La programmazione dalle 7.00 alle 22.30 – pur nella primaria considerazione degli interessi del minore - deve tener conto delle esigenze dei telespettatori di tutte le fasce di età, nel rispetto dei diritti dell'utente adulto, della libertà di informazione e di impresa, nonché del fondamentale ruolo educativo della famiglia nei confronti del minore.



2.2. Tuttavia, nella consapevolezza della particolare attenzione da riservare al pubblico dei minori durante tutta la programmazione giornaliera e tenendo conto che in particolare nella fascia oraria dalle ore 19.00 alle ore 22.30 il pubblico dei minori all'ascolto, pur numeroso, è presumibile sia comunque supportato dalla presenza di un adulto, le Imprese televisive si impegnano a:

a) dare esauriente e preventiva informazione – nell'attività di informazione sulla propria programmazione effettuata, oltre che sulle proprie reti, ad esempio a mezzo stampa, televideo, Internet – relativamente ai programmi dedicati ai minori e sull'intera programmazione, segnalando in particolare i programmi adatti ad una fruizione familiare congiunta e quelli invece adatti ad una visione per un pubblico più adulto, nonché a rispettare in modo più rigoroso possibile gli orari della programmazione;

b) adottare sistemi di segnalazione dei programmi di chiara evidenza visiva in relazione alla maggiore o minore adeguatezza della visione degli stessi da parte del pubblico dei minori all'inizio di ciascun blocco di trasmissione, con particolare riferimento ai programmi trasmessi in prima serata;

c) nel caso di Imprese televisive nazionali che gestiscono più di una rete con programmazione a carattere generalista e non con caratteristiche tematiche specifiche (quali, ad esempio, sportive o musicali), garantire ogni giorno, in prima serata, la trasmissione di programmi adatti ad una fruizione familiare congiunta almeno su una rete e a darne adeguata informazione.

Fermo restando quanto sopra, in una prospettiva di particolare tutela del minore, le Imprese televisive si impegnano a conformarsi alle seguenti specifiche limitazioni.

2.3. Programmi di informazione

Le Imprese televisive si impegnano a far sì che nei programmi di informazione si eviti la trasmissione di immagini di violenza o di sesso che non siano effettivamente necessarie alla comprensione delle notizie.

Le Imprese televisive si impegnano a non diffondere nelle trasmissioni di informazione in onda dalle ore 7.00 alle ore 22.30:

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

b) notizie che possano nuocere alla integrità psichica 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



effettivamente 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 Imprese 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 Imprese 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, etc.) alla problematica "tv e minori". Le Imprese televisive si impegnano ad ispirare la propria linea editoriale, per i programmi di informazione, a quanto sopra indicato.

2.4. Film, fiction e spettacoli vari

Le Imprese 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 morale, fisico e psichico dei minori.

Qualora si consideri che alcuni di tali programmi, la cui trasmissione avvenga prima delle ore 22,30, siano prevalentemente destinati ad un pubblico adulto, le Imprese televisive si impegnano ad annunciare, con congruo anticipo, che la trasmissione non è adatta agli spettatori più piccoli. Se la trasmissione avrà delle interruzioni, l'avvertimento verrà ripetuto dopo ogni interruzione. In tale specifica occasione andranno quindi divulgate con particolare attenzione le informazioni di avvertimento sulla natura della trasmissione nonché utilizzati con grande e ripetuto rilievo i sistemi di segnalazione iconografica che le imprese televisive si impegnano ad adottare.

2.5. Trasmissioni di intrattenimento

Le Imprese televisive si impegnano a non trasmettere quegli spettacoli che per impostazione o per modelli proposti possano nuocere allo sviluppo dei minori, e in particolare ad evitare quelle trasmissioni:

- a) che usino in modo strumentale i conflitti familiari come spettacolo creando turbamento nei minori, preoccupati per la stabilità affettiva delle relazioni con i loro genitori;
- b) nelle quali si faccia ricorso gratuito al turpiloquio e alla scurrilità nonché si offendano le confessioni e i sentimenti religiosi.



3. LA TELEVISIONE PER I MINORI (16.00 – 19.00)

3.1. Le Imprese televisive si impegnano a dedicare nei propri palinsesti una fascia “protetta” di programmazione, tra le ore 16.00 e le ore 19.00, idonea ai minori con un controllo particolare sia sulla programmazione sia sui promo, i trailer e la pubblicità trasmessi.

3.2. In particolare, le Imprese televisive nazionali che gestiscono più di una rete con programmazione a carattere generalista e non con caratteristiche tematiche specifiche (quali, ad esempio, sportive o musicali), si impegnano a ricercare le soluzioni affinché, nella predetta fascia oraria, su almeno una delle reti da essi gestite si diffonda una programmazione specificatamente destinata ai minori che tenga conto delle indicazioni del presente Codice in materia di programmazione per minori.

3.3. Produzione di programmi

Le Imprese televisive che realizzano programmi per minori si impegnano a produrre trasmissioni:

- a) che siano di buona qualità e di piacevole intrattenimento;
- b) che soddisfino le principali necessità dei minori come la capacità di realizzare esperienze reali e proprie o di aumentare la propria autonomia, nonché a proporre valori positivi umani e civili ed il rispetto della dignità della persona;
- c) che accrescano le capacità critiche dei minori in modo che sappiano fare migliore uso del mezzo televisivo, sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo, anche tenendo conto degli attuali e futuri sviluppi in chiave di interattività;
- d) che favoriscano la partecipazione dei minori 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.

Le Imprese televisive si impegnano a curare la qualità della traduzione e del doppiaggio degli spettacoli, tenendo presenti le esigenze di una corretta educazione linguistica dei minori.

3.4. Programmi di informazione destinati ai minori

Le Imprese televisive nazionali che gestiscono di più di una rete con programmazione a carattere generalista e non con caratteristiche tematiche specifiche (quali, ad esempio, sportive o musicali) si impegnano a ricercare le



soluzioni per favorire la produzione di programmi di informazione destinati ai minori, possibilmente curati dalle testate giornalistiche in collaborazione con esperti di tematiche infantili e con gli stessi minori. Le Imprese televisive si impegnano altresì a comunicare abitualmente alla stampa quotidiana, periodica e anche specializzata, nonché alle pubblicazioni specificamente dedicate ai minori, la trasmissione di tali programmi e a rispettarne gli orari, fatte salve esigenze eccezionali del palinsesto.

4. LA PUBBLICITÀ

4.1. Le Imprese televisive si impegnano a controllare i contenuti della pubblicità, dei trailer e dei promo dei programmi, e a 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 dedicando particolare attenzione alla fascia protetta. Volendo garantire una particolare tutela di questa parte del pubblico che ha minore capacità di giudizio e di discernimento nei confronti dei messaggi pubblicitari e nel riconoscere la particolare validità delle norme a tutela dei minori come esplicitate nel Codice di autodisciplina pubblicitaria, promosso dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria, le Imprese televisive si impegnano ad accogliere – ove dia garanzie di maggiore tutela - e a rispettare tale disciplina, da considerarsi parte integrante del presente Codice.

In particolare, le Imprese televisive firmatarie si impegnano a rispettare le seguenti indicazioni.

4.2. Il 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 alcol, di tabacco o di sostanze stupefacenti, né presentare in modo negativo l'astinenza o la sobrietà dall'alcol, dal tabacco o da sostanze stupefacenti o, al contrario, in modo positivo l'assunzione di alcolici o superalcolici, tabacco o sostanze stupefacenti;
- 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, in particolare, i minori:



- sulla natura, sulle prestazioni e sulle dimensioni del giocattolo;
- sul grado di conoscenza e di abilità necessario per utilizzare il giocattolo;
- sulla descrizione degli accessori inclusi o non inclusi nella confezione;
- sul prezzo del giocattolo, in particolare modo quando il suo funzionamento comporti l'acquisto di prodotti complementari.

4.3. Il 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 7.00 alle ore 16.00 e dalle 19.00 alle ore 22.30).

Durante la fascia di protezione rafforzata non saranno trasmesse pubblicità direttamente rivolte ai minori, 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 e i giudizi di genitori, insegnanti e di altre persone autorevoli; situazioni che sfruttino la fiducia che i minori 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.).

4.4. III 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 minori).

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 disabili.

In questa fascia oraria si dovrà evitare la pubblicità in favore di:

- a) bevande superalcoliche e alcoliche, queste ultime all'interno dei programmi direttamente rivolti ai minori e nelle interruzioni pubblicitarie immediatamente precedenti e successive;



- b) servizi telefonici a valore aggiunto a carattere di intrattenimento così come definiti dalle leggi vigenti;
- c) profilattici e contraccettivi (con esclusione delle campagne sociali).

PARTE SECONDA: LE NORME DI DIFFUSIONE E ATTUAZIONE

5. DIFFUSIONE DEL CODICE

5.1. Le Imprese televisive si impegnano a dare ampia diffusione al presente Codice di autodisciplina attraverso il mezzo televisivo dedicandogli spazi di largo ascolto. In particolare, nei primi sei mesi di attuazione del presente Codice, le Imprese televisive firmatarie si impegnano a trasmettere con cadenza settimanale, su ciascuna delle reti gestite, un breve spot che illustri i contenuti del Codice, i diritti dei minori e delle famiglie e i riferimenti per trasmettere eventuali segnalazioni.

5.2. Le imprese televisive firmatarie del presente Codice si impegnano inoltre, con cadenza annuale a realizzare e diffondere, tramite programmazione di spot sulle proprie reti, una campagna di sensibilizzazione per un uso consapevole del mezzo televisivo con particolare riferimento alla fruizione familiare congiunta. Fermo restando l'obbligo di cadenza annuale sopra richiamato, le predette campagne saranno realizzate da ciascuna emittente compatibilmente con le proprie disponibilità e con la propria linea editoriale.

5.3. Il Comitato di applicazione del Codice può promuovere, infine, campagne di sensibilizzazione sul tema Tv e minori.

6. L'ATTUAZIONE E IL CONTROLLO

6.1. Il Comitato di applicazione

L'attuazione del presente Codice è affidata a un "Comitato di applicazione del Codice di autoregolamentazione Tv e minori". Tale Comitato è costituito da quindici membri effettivi, nominati con Decreto dal Ministro delle Comunicazioni d'intesa con l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, in rappresentanza, in parti uguali, rispettivamente delle emittenti televisive firmatarie del presente Codice – su indicazione delle stesse e delle associazioni di categoria – delle istituzioni – tra cui un rappresentante dell'Autorità, un rappresentante del Coordinamento nazionale dei Corecom e il Presidente della Commissione per il riassetto del sistema radiotelevisivo - e degli utenti – questi ultimi su indicazione del Consiglio nazionale degli Utenti presso l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Il Presidente è nominato nel medesimo Decreto tra i



rappresentanti delle Istituzioni quale esperto riconosciuto della materia. Con i medesimi criteri e modalità sono nominati anche quindici membri supplenti. I membri nominati durano in carica tre anni e decadono qualora non partecipino a tre sedute consecutive del Comitato o ad almeno la metà delle sedute nel corso di un anno solare.

6.2. Competenze e poteri del Comitato

Il Comitato, d'ufficio o su denuncia dei soggetti interessati, verifica, con le modalità stabilite nel Regolamento di seguito indicato, le violazioni del presente Codice. Qualora accerti la violazione del Codice adotta una risoluzione motivata e determina, tenuto conto della gravità dell'illecito, del comportamento pregresso dell'emittente, dell'ambito di diffusione del programma e della dimensione dell'impresa, le modalità con le quali ne debba essere data notizia. Il Comitato può inoltre:

a) ingiungere all'emittente, qualora ne sussistano le condizioni, di modificare o sospendere il programma o i programmi indicando i tempi e le modalità di attuazione;

b) ingiungere all'emittente di adeguare il proprio comportamento alle prescrizioni del Codice indicando i tempi e le modalità di attuazione.

Le delibere sono adottate dal Comitato con la presenza di almeno due terzi dei componenti e il voto della maggioranza degli aventi diritto al voto (otto). Le decisioni del Comitato sono inoppugnabili.

6.3. Rapporti con l'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni

Tutte le delibere adottate dal Comitato vengono trasmesse all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Qualora il Comitato accerti la sussistenza di una violazione delle regole del presente Codice, oltre ad adottare i provvedimenti di cui al punto precedente, inoltra una denuncia all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni contenente l'indicazione delle disposizioni, anche eventualmente di legge, violate, le modalità dell'illecito, la descrizione del comportamento - anche successivo - tenuto dall'emittente, gli accertamenti istruttori esperiti e ogni altro utile elemento. Tale denuncia viene inviata allo specifico fine di consentire all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni l'esercizio dei poteri alla stessa attribuiti ai sensi dell'art. 15, comma 10, della legge 223/90 e dell'art. 1, comma 6, lett. b), n. 6, con riferimento alla emanazione delle sanzioni previste da tale ultima disposizione al punto 14 e ai commi 31 e 32 dell'art. 1 della stessa legge 249/97.
(NOTA)

Il Comitato provvede inoltre a formulare all'Autorità i pareri che questa ritiene di



dovere acquisire nell'esercizio delle proprie funzioni.

(NOTA) Il combinato disposto dell'attuale legislazione vigente in materia di tutela di minori consente all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, in caso di programmi che possano nuocere allo sviluppo psichico o morale dei minori o che contengano scene di violenza gratuita o pornografiche, di irrogare direttamente sanzioni (l. 223/90 - art. 15, comma 10 e art. 31, comma 3) pari al pagamento di una somma da 5.000 a 20.000 euro nonché, in caso di mancata ottemperanza ad ordini e diffide dell'Autorità in materia di tutela dei minori, anche tenendo conto dei Codici di autoregolamentazione, (legge 249/97 - art.1, comma 6, lett. b), nn. 6 e 14 e commi 31 e 32), di irrogare sanzioni pari al pagamento di una somma da 10.000 a 250.000 euro con, in caso di grave e reiterata violazione, la sospensione o la revoca della licenza o dell'autorizzazione.

6.4. Regolamento di funzionamento del Comitato

Il Comitato, entro trenta giorni dalla sua seduta costitutiva, adotta di comune accordo un Regolamento di funzionamento nel quale si disciplinano:

- a) I requisiti minimi e i termini per l'ammissibilità delle segnalazioni di violazione del Codice da qualsiasi utente - cittadino o soggetto che abbia interesse;
- b) le modalità per l'archiviazione delle segnalazioni prive dei requisiti minimi o comunque manifestamente infondate;
- c) l'organizzazione interna del Comitato che può prevedere la designazione di relatori o l'istituzione di sezioni istruttorie ognuna delle quali rappresentative delle diverse componenti;
- d) le modalità di istruttoria ordinaria e i termini per la decisione del Comitato, dando notizia dell'esito all'interessato;
- e) le modalità di istruttoria d'urgenza, nei casi di maggiore gravità, ed i termini per la decisione del Comitato;
- f) le modalità per assicurare il contraddittorio all'emittente interessata e, qualora ritenuto opportuno, al segnalante nelle diverse fasi dell'istruttoria e del dibattito;
- g) le modalità di collaborazione con l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni d'intesa con la stessa Autorità;
- h) le modalità di comunicazione delle delibere ai soggetti interessati;



i) le modalità di pubblicazione periodica delle delibere del Comitato e della osservanza delle stesse da parte delle emittenti.

Il Comitato procede ad aggiornare od integrare il Regolamento nonché può formulare proposte di modifiche ed integrazioni al Codice medesimo.

Al Codice possono inoltre aderire, anche successivamente, ulteriori soggetti.

6.5. Associazione

Le emittenti firmatarie del presente Codice si impegnano, entro i trenta giorni successivi all'approvazione del presente Codice, a costituire tra esse un'Associazione con lo scopo di garantire il funzionamento sul piano operativo e finanziario del Comitato di applicazione, compatibilmente alle disponibilità di ciascun soggetto, ricercando altresì forme di finanziamento e sostegno anche da parte di enti istituzionali.



CODICE PER LA PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

TITOLO XIII – Giornalismo ed espressione letteraria ed artistica

Allegato A.1 – Codice di deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica.

Titolo XII: Giornalismo ed espressione letteraria ed artistica.

Capi I – Profili generali

Art. 136

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.

(Disposizioni applicabili)

Art. 137

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.

(Segreto professionale)

Art. 138

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

Articolo 139

(Codice di deontologia relativo ad attività giornalistiche)

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 1

CODICE DI DEONTOLOGIA RELATIVO AL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI NELL'ESERCIZIO DELL'ATTIVITA' GIORNALISTICA (provvedimento del Garante del 29 luglio 1998, in G.U. 3 agosto 1998, n. 179).

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 la 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



CODICE DEONTOLOGICO RELATIVO AL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI NELL'ESERCIZIO DELL'ATTIVITA' GIORNALISTICA

Art. 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. 675/96.

Art. 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. 675/96 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. 675/96.

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. 675/96. 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. 675/96.

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.69/63 e dell'art. 13, comma 5 della legge n. 675/96.

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

Art. 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.

Art. 4

RETTIFICA

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

Art. 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.

Art. 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.

Art. 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».

Art. 8

Tutela della dignità della persona

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.

Art. 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.

Art. 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.

Art. 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.

Art. 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. 675/96.

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.

Art. 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. 69/63, si applicano solo ai soggetti iscritti all'albo dei giornalisti, negli elenchi o nel registro.

Il presidente: Petrina
Roma 29 luglio 1998



DECRETO LEGISLATIVO 25 GENNAIO 1992, N. 74 in materia di pubblicità ingannevole e comparativa

(come modificato dal decreto legislativo 25 febbraio 2000, n.67 e dalla legge 6 aprile 2005, n.49)

Attuazione della direttiva 84/450/CEE, come modificata dalla direttiva 97/55/CE

Art. 1.

Finalità

1. Il presente decreto ha lo scopo di tutelare dalla pubblicità ingannevole e dalle sue conseguenze sleali i soggetti che esercitano un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, i consumatori e, in genere, gli interessi del pubblico nella fruizione di messaggi pubblicitari, nonché di stabilire le condizioni di liceità della pubblicità comparativa.

2. La pubblicità deve essere palese, veritiera e corretta.

Art. 2.

Definizioni

1. Ai fini del presente decreto si intende:

a) per <<pubblicità>>, qualsiasi forma di messaggio che sia diffuso, in qualsiasi modo, nell'esercizio di un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale allo scopo di promuovere la vendita di beni mobili o immobili, la costituzione o il trasferimento di diritti ed obblighi su di essi oppure la prestazione di opere o di servizi;

b) per <<pubblicità ingannevole>>, qualsiasi pubblicità che in qualunque modo, compresa la sua presentazione, induca in errore o possa indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, a causa del suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il loro comportamento economico ovvero che, per questo motivo, leda o possa ledere un concorrente;

b - bis) per <<pubblicità comparativa>>, qualsiasi pubblicità che identifica in modo esplicito o implicito un concorrente o beni o servizi offerti da un concorrente;

c) per <<operatore pubblicitario>>, il committente del messaggio pubblicitario ed il suo autore, nonché, nel caso in cui non consenta all'identificazione di costoro, il proprietario del mezzo con cui il messaggio pubblicitario è diffuso.



Art. 4.

Trasparenza della pubblicità

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

2. I termini <<garanzia>>, <<garantito>> e simili possono essere usati solo se accompagnati dalla precisazione del contenuto e delle modalità della garanzia offerta. Quando la brevità del messaggio pubblicitario non consente di riportare integralmente tali precisazioni, il riferimento sintetico al contenuto ed alle modalità della garanzia offerta deve essere integrato dall'esplicito rinvio ad un testo facilmente conoscibile dal consumatore in cui siano riportate integralmente le precisazioni medesime.

3. È vietata ogni forma di pubblicità subliminale.

Art. 7.

Tutela amministrativa e giurisdizionale

1. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, istituita dall'art. 10 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, esercita le attribuzioni disciplinate dal presente articolo.

2. I concorrenti, i consumatori, le loro associazioni ed organizzazioni, il Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato, nonché ogni altra pubblica amministrazione che ne abbia interesse in relazione ai propri compiti istituzionali, anche su denuncia del pubblico, possono chiedere all'autorità garante che siano inibiti gli atti di pubblicità ingannevole o di pubblicità comparativa ritenuta illecita ai sensi del presente decreto, la loro continuazione e che ne siano eliminati gli effetti.

3. L'Autorità può disporre con provvedimento motivato la sospensione provvisoria della pubblicità ingannevole o della pubblicità comparativa ritenuta illecita, in caso di particolare urgenza. In ogni caso, comunica l'apertura dell'istruttoria all'operatore pubblicitario e, se il committente non è conosciuto, può richiedere al proprietario del mezzo che ha diffuso il messaggio pubblicitario ogni informazione idonea ad identificarlo.

L'Autorità può inoltre richiedere all'operatore pubblicitario, ovvero al proprietario del mezzo che ha diffuso il messaggio pubblicitario, di esibire copia del messaggio pubblicitario ritenuto ingannevole o illecito, anche avvalendosi, nei



casi di inottemperanza, dei poteri previsti dall'articolo 14, commi 2, 3 e 4, della legge 10 ottobre 1990, n. 287.

4. L'Autorità può disporre che l'operatore pubblicitario fornisca prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto contenuti nella pubblicità se, tenuto conto dei diritti o interessi legittimi dell'operatore pubblicitario e di qualsiasi altra parte nella procedura, tale esigenza risulti giustificata, date le circostanze del caso specifico. Se tale prova è omessa o viene ritenuta insufficiente, i dati di fatto dovranno essere considerati inesatti.

5. Quando il messaggio pubblicitario è stato o deve essere diffuso attraverso la stampa periodica o quotidiana ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione, l'Autorità Garante, prima di provvedere, richiede il parere all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

6. L'Autorità provvede con effetto definitivo e con decisione motivata. Se ritiene la pubblicità ingannevole o il messaggio di pubblicità comparativa illecito accoglie il ricorso vietando la pubblicità non ancora portata a conoscenza del pubblico o la continuazione di quella già iniziata. Con la decisione di accoglimento può essere disposta la pubblicazione della pronuncia, anche per estratto, nonché eventualmente, di un'apposita dichiarazione rettificativa in modo da impedire che la pubblicità ingannevole o il messaggio di pubblicità comparativa illecito continuino a produrre effetti.

6-bis. Con la decisione che accoglie il ricorso l'Autorità dispone inoltre l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 1.000 a 100.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione. Nel caso dei messaggi pubblicitari ingannevoli di cui agli articoli 5 e 6 la sanzione non può essere inferiore a 25.000 euro.

7. Nei casi riguardanti messaggi pubblicitari inseriti sulle confezioni di prodotti, l'Autorità, nell'adottare i provvedimenti indicati nei commi 3 e 5, assegna per la loro esecuzione un termine che tenga conto dei tempi tecnici necessari per l'adeguamento.

8. La procedura istruttoria è stabilita con regolamento emanato ai sensi dell'art. 17, primo comma, della legge 23 agosto 1988, n. 400, in modo da garantire il contraddittorio, la piena cognizione degli atti e la verbalizzazione.



9. In caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza e a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 50.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

10. In caso di inottemperanza alle richieste di fornire le informazioni o la documentazione di cui al comma 3, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 2.000 a 20.000 euro. Qualora le informazioni o la documentazione fornite non siano veritiere, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 4.000 a 40.000 euro.

11. I ricorsi avverso le decisioni definitive adottate dall'Autorità rientrano nella giurisdizione esclusiva del giudice amministrativo.

Per le sanzioni amministrative pecuniarie conseguenti alle violazioni del presente decreto si osservano, in quanto applicabili, le disposizioni contenute nel capo I, sezione I, e negli articoli 26, 27, 28 e 29 della legge 24 novembre 1981, n. 689, e successive modificazioni. Il pagamento delle sanzioni amministrative di cui al presente articolo deve essere effettuato entro trenta giorni dalla notifica del provvedimento dell'Autorità.

12. Ove la pubblicità sia stata assentita con provvedimento amministrativo, preordinato anche alla verifica del carattere non ingannevole della stessa o di liceità del messaggio di pubblicità comparativa, la tutela dei concorrenti, dei consumatori e delle loro associazioni e organizzazioni è esperibile solo in via giurisdizionale con ricorso al giudice amministrativo avverso il predetto provvedimento.

13. È comunque fatta salva la giurisdizione del giudice ordinario, in materia di atti di concorrenza sleale, a norma dell'art. 2598 del codice civile nonché per quanto concerne la pubblicità comparativa, in materia di atti compiuti in violazione della disciplina sul diritto d'autore protetto dalla legge 22 aprile 1941, n. 633, e successive modificazioni e del marchio d'impresa protetto a norma del regio decreto 21 giugno 1942, n. 929, e successive modificazioni, nonché delle



denominazioni di origine riconosciute e protette in Italia e di altri segni distintivi di imprese, beni e servizi concorrenti.

14. Per la tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti derivanti dalle disposizioni del presente decreto si applica l'articolo 3 della legge 30 luglio 1998, n.281.

15. Al fine di consentire il migliore esercizio delle attribuzioni disciplinate dal presente articolo, il numero dei posti previsti per la pianta organica del personale di ruolo dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato dall'art.11, comma 1, della legge 10 ottobre 1990, n.287, è incrementato di 10 unità nell'anno 2000, di 5 unità nell'anno 2001 e di ulteriori 5 unità nell'anno 2002.

Art. 8.

Autodisciplina

1. Le parti interessate possono richiedere che sia inibita la continuazione degli atti di pubblicità ingannevole o di pubblicità comparativa ritenuta illecita, ricorrendo ad organismi volontari e autonomi di autodisciplina.

2. Iniziata la procedura davanti ad un organismo di autodisciplina, le parti possono convenire di astenersi dall'adire l'Autorità garante sino alla pronuncia definitiva.

3. Nel caso in cui il ricorso all'Autorità sia stato già proposto o venga proposto successivamente da altro soggetto legittimato, ogni interessato può richiedere all'Autorità la sospensione del procedimento in attesa della pronuncia dell'organismo di autodisciplina. L'Autorità, valutate tutte le circostanze, può disporre la sospensione del procedimento per un periodo non superiore a trenta giorni.



PROTOCOLLO D'INTESA SULLA TRASPARENZA PUBBLICITARIA

Documento firmato il 14 aprile 1988 tra Consiglio Nazionale dell'Ordine dei giornalisti (CnoG), Federazione nazionale della stampa italiana (Fnsi), 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 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 o 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 o 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 committente realizza e diffonde i messaggi e acquista tempo o spazio (agenzia di pubblicità) e 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 organizzazioni 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 o 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, Aisscom, Assorel, Ferpi, FNSI, Ordine dei Giornalisti, Otep e TP concordano sulle 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 dei codici di comportamento sono comuni; sulla constatazione 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 dovrà 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 o 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 organizzazioni 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 informazioni 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 alle norme di comportamento proprie di ciascuna.

Le organizzazioni AssAP, Aisscom, Assorel, Ferpi, FNSI, Ordine dei Giornalisti, Otep e TP, 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 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 esse trasmesse 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.



CARTA INFORMAZIONE E SONDAGGI

Protocollo d'intesa CNOG-ASSIRM del 7 aprile 1995

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

LA CARTA DEI DOVERI DELL'INFORMAZIONE ECONOMICA

Decisione CNOG del 28 marzo 2007

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). Nelle raccomandazioni stesse i fatti devono essere tenuti chiaramente distinti dalle interpretazioni, dalle valutazioni, dalle opinioni o da altri tipi di informazioni non fattuali. Il giornalista autore della raccomandazione è tenuto ad includere un rinvio ad apposito sito internet o altra fonte che consente la consultazione della Carta dei doveri dell'informazione economica. 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.

9) 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.



CARTA DI ROMA

Protocollo deontologico concernente richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti.

Il Protocollo deontologico concernente richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti, il cui nome veloce è Carta di Roma, è stato approvato il 12 giugno 2008 dal Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti, dalla Federazione nazionale della stampa condividendo le preoccupazioni dell'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati (UNHCR) circa l'informazione concernente rifugiati, richiedenti asilo, vittime della tratta e migranti, richiamandosi ai dettati deontologici presenti nella Carta dei Doveri del giornalista.

Il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti e la Federazione Nazionale della Stampa Italiana, condividendo le preoccupazioni dell'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati (UNHCR) circa l'informazione concernente rifugiati, richiedenti asilo, vittime della tratta e migranti, richiamandosi ai dettati deontologici presenti nella Carta dei Doveri del giornalista - con particolare riguardo al dovere fondamentale di rispettare la persona e la sua dignità e di non discriminare nessuno per la razza, la religione, il sesso, le condizioni fisiche e mentali e le opinioni politiche - ed ai principi contenuti nelle norme nazionali ed internazionali sul tema; riconfermando la particolare tutela nei confronti dei minori così come stabilito dalla Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti dell'infanzia e dai dettati deontologici della Carta di Treviso e del Vademecum aggiuntivo, invitano, in base al criterio deontologico fondamentale 'del rispetto della verità sostanziale dei fatti osservati' contenuto nell'articolo 2 della Legge istitutiva dell'Ordine, i giornalisti italiani a:

osservare la massima attenzione nel trattamento delle informazioni concernenti i richiedenti asilo, i rifugiati, le vittime della tratta ed i migranti nel territorio della Repubblica Italiana ed altrove e in particolare a:

a. Adottare termini giuridicamente appropriati sempre al fine di restituire al lettore ed all'utente la massima aderenza alla realtà dei fatti, evitando l'uso di termini impropri;

b. Evitare la diffusione di informazioni imprecise, sommarie o distorte riguardo a richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti. CNOG e FNSI richiamano l'attenzione di tutti i colleghi, e dei responsabili di redazione in particolare, sul



danno che può essere arrecato da comportamenti superficiali e non corretti, che possano suscitare allarmi ingiustificati, anche attraverso improprie associazioni di notizie, alle persone oggetto di notizia e servizio; e di riflesso alla credibilità della intera categoria dei giornalisti;

c. Tutelare i richiedenti asilo, i rifugiati, le vittime della tratta ed i migranti che scelgono di parlare con i giornalisti, adottando quelle accortezze in merito all'identità ed all'immagine che non consentano l'identificazione della persona, onde evitare di esporla a ritorsioni contro la stessa e i familiari, tanto da parte di autorità del paese di origine, che di entità non statali o di organizzazioni criminali. Inoltre, va tenuto presente che chi proviene da contesti socioculturali diversi, nei quali il ruolo dei mezzi di informazione è limitato e circoscritto, può non conoscere le dinamiche mediatiche e non essere quindi in grado di valutare tutte le conseguenze dell'esposizione attraverso i media;

d. Interpellare, quando ciò sia possibile, esperti ed organizzazioni specializzate in materia, per poter fornire al pubblico l'informazione in un contesto chiaro e completo, che guardi anche alle cause dei fenomeni.

IMPEGNI DEI TRE SOGGETTI PROMOTORI

I. Il Consiglio nazionale dell'Ordine dei Giornalisti e la Federazione Nazionale della Stampa Italiana, in collaborazione con i Consigli regionali dell'Ordine, le Associazioni regionali di Stampa e tutti gli altri organismi promotori della Carta, si propongono di inserire le problematiche relative a richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti tra gli argomenti trattati nelle attività di formazione dei giornalisti, dalle scuole di giornalismo ai seminari per i praticanti. Il CNOG e la FNSI si impegnano altresì a promuovere periodicamente seminari di studio sulla rappresentazione di richiedenti asilo, rifugiati, vittime di tratta e migranti nell'informazione, sia stampata che radiofonica e televisiva.

II. Il CNOG e la FNSI, d'intesa con l'UNHCR, promuovono l'istituzione di un Osservatorio autonomo ed indipendente che, insieme con istituti universitari e di ricerca e con altri possibili soggetti titolari di responsabilità pubbliche e private in materia, monitorizzi periodicamente l'evoluzione del modo di fare informazione su richiedenti asilo, rifugiati, vittime di tratta, migranti e minoranze con lo scopo di:

a) fornire analisi qualitative e quantitative dell'immagine di richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti nei mezzi d'informazione italiani ad enti di ricerca ed istituti universitari italiani ed europei nonché alle agenzie dell'Unione



Europea e del Consiglio d'Europa che si occupano di discriminazione, xenofobia ed intolleranza;

b) offrire materiale di riflessione e di confronto ai Consigli regionali dell'Ordine dei Giornalisti, ai responsabili ed agli operatori della comunicazione e dell'informazione ed agli esperti del settore sullo stato delle cose e sulle tendenze in atto.

III. Il Consiglio nazionale dell'Ordine dei Giornalisti e la Federazione Nazionale della Stampa Italiana si adopereranno per l'istituzione di premi speciali dedicati all'informazione sui richiedenti asilo, i rifugiati, le vittime di tratta ed i migranti, sulla scorta della positiva esperienza rappresentata da analoghe iniziative a livello europeo ed internazionale.

Il documento è stato elaborato recependo i suggerimenti dei membri del Comitato scientifico, composto da rappresentanti di: Ministero dell'Interno, Ministero della Solidarietà sociale, UNAR (Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali) / Presidenza del Consiglio – Dipartimento per le Pari Opportunità, Università La Sapienza e Roma III, giornalisti italiani e stranieri.

ALLEGATO: GLOSSARIO

- Un richiedente asilo è colui che è fuori dal proprio paese e presenta, in un altro stato, domanda di asilo per il riconoscimento dello status di rifugiato in base alla Convenzione di Ginevra sui rifugiati del 1951, o per ottenere altre forme di protezione internazionale. Fino al momento della decisione finale da parte delle autorità competenti, egli è un richiedente asilo ed ha diritto di soggiorno regolare nel paese di destinazione. Il richiedente asilo non è quindi assimilabile al migrante irregolare, anche se può giungere nel paese d'asilo senza documenti d'identità o in maniera irregolare, attraverso i cosiddetti 'flussi migratori misti', composti, cioè, sia da migranti irregolari che da potenziali rifugiati.

- Un rifugiato è colui al quale è stato riconosciuto lo status di rifugiato in base alla Convenzione di Ginevra del 1951 sui rifugiati, alla quale l'Italia ha aderito insieme ad altri 143 Paesi. Nell'articolo 1 della Convenzione il rifugiato viene definito come una persona che: 'temendo a ragione di essere perseguitato per motivi di razza, religione, nazionalità, appartenenza a un determinato gruppo sociale od opinioni politiche, si trova fuori del paese di cui ha la cittadinanza, e non può o



non vuole, a causa di tale timore, avvalersi della protezione di tale paese'. Lo status di rifugiato viene riconosciuto a chi può dimostrare una persecuzione individuale.

- Un beneficiario di protezione umanitaria è colui che - pur non rientrando nella definizione di 'rifugiato' ai sensi della Convenzione del 1951 poiché non sussiste una persecuzione individuale - necessita comunque di una forma di protezione in quanto, in caso di rimpatrio nel paese di origine, sarebbe in serio pericolo a causa di conflitti armati, violenze generalizzate e/o massicce violazioni dei diritti umani. In base alle direttive europee questo tipo di protezione viene definita 'sussidiaria'. La maggior parte delle persone che sono riconosciute bisognose di protezione in Italia (oltre l'80% nel 2007) riceve un permesso di soggiorno per motivi umanitari anziché lo status di rifugiato.

- Una vittima della tratta è una persona che, a differenza dei migranti irregolari che si affidano di propria volontà ai trafficanti, non ha mai acconsentito ad essere condotta in un altro paese o, se lo ha fatto, l'aver dato il proprio consenso è stato reso nullo dalle azioni coercitive e/o ingannevoli dei trafficanti o dai maltrattamenti praticati o minacciati ai danni della vittima. Scopo della tratta è ottenere il controllo su di un'altra persona ai fini dello sfruttamento. Per 'sfruttamento' s'intendono lo sfruttamento della prostituzione o altre forme di sfruttamento sessuale, il lavoro forzato, la schiavitù o pratiche analoghe, l'asservimento o il prelievo degli organi.

- Un migrante/immigrato è colui che sceglie di lasciare volontariamente il proprio paese d'origine per cercare un lavoro e migliori condizioni economiche altrove. Contrariamente al rifugiato può far ritorno a casa in condizioni di sicurezza.

- Un migrante irregolare, comunemente definito come 'clandestino', è colui che a) ha fatto ingresso eludendo i controlli di frontiera; b) è entrato regolarmente nel paese di destinazione, ad esempio con un visto turistico, e vi è rimasto dopo la scadenza del visto d'ingresso (diventando un cosiddetto 'overstayer'); o c) non ha lasciato il territorio del paese di destinazione a seguito di un provvedimento di allontanamento.



CARTA DEI DOVERI DEL GIORNALISTA DEGLI UFFICI STAMPA

25 marzo 2010

Si definisce come attività di Ufficio Stampa una funzione prettamente giornalistica, in quanto diffonde notizie per conto di aziende, organismi, enti privati o pubblici. Sono perciò esclusi dall'attività di Ufficio Stampa differenti aspetti della comunicazione come relazioni pubbliche, relazioni con i cittadini, marketing e pubblicità. Anche la figura del "portavoce", diffusa soprattutto in politica e negli organismi elettivi, non rientra nel campo della informazione giornalistica e non è quindi compresa nella definizione di Ufficio Stampa. Tutto ciò è indipendente dall'eventualità che chi esercita anche funzioni non giornalistiche per conto di una azienda pubblica o privata o di un ente faccia parte, ad altro titolo, dell'Ordine dei giornalisti.

L'Ufficio Stampa è la struttura primaria dell'informazione giornalistica verso l'esterno. Il giornalista che vi opera è tenuto ad osservare la Carta dei doveri che è il fondamentale documento deontologico di riferimento per tutti gli iscritti all'Ordine, a prescindere dalla natura contrattuale e dal tipo di incarico ricoperto e da eventuale altra attività svolta, e le norme deontologiche fissate dalla legge istitutiva dell'Ordine dei giornalisti oltre a quelle enunciate in documenti ufficiali dell'Ordine stesso. Detti documenti comprendono la "Carta di Treviso" e il "Codice relativo al trattamento dei dati personali", norme che trovano riferimento in leggi dello Stato. L'Ufficio Stampa è altresì vincolato a rispettare tutti gli altri documenti adottati dall'Ordine in materia deontologica tra cui la "Carta dei doveri dell'informazione economica", la "Carta di Perugia" su informazione e malattia, la "Carta di Roma" per l'informazione sui migranti, le norme raccolte nel "Decalogo del giornalismo sportivo" e quelle dedicate a "Informazione e pubblicità" e "Informazione e sondaggi".

Il giornalista che opera negli Uffici Stampa delle amministrazioni pubbliche agisce in conformità a due principi fondamentali contenuti nella legge 150/2000: il diritto dei cittadini di essere informati e il diritto/dovere delle istituzioni pubbliche di informare.

In ogni caso, sia nelle strutture pubbliche che nel privato, il giornalista, in armonia con quanto prescrivono la legge 69/1963 istitutiva dell'ordine professionale, i codici deontologici, e - per gli enti pubblici - la legge 150/2000, è tenuto, pur in un normale ambito di collaborazione, a separare nettamente il proprio compito da quello di altri soggetti che operano nel campo della comunicazione.

Il giornalista di Ufficio Stampa accetta indicazioni e direttive soltanto dai soggetti



che nell'ambito dell'ente, organizzazione o azienda hanno titolo esplicito per fornirglielo, purché naturalmente le disposizioni non siano contrarie alla legge professionale, alle carte deontologiche, al Contratto di lavoro. Il giornalista deve uniformare il proprio comportamento professionale al principio fondamentale dell'autonomia dell'informazione; ciò indipendentemente dalla collocazione dell'Ufficio Stampa nell'ambito della struttura pubblica o privata in cui opera.

Il giornalista direttore responsabile di house organ, newsletter o altri mezzi di informazione aziendale, purché si tratti di testate registrate, esercita i diritti e doveri della firma. Ciò comporta l'adozione di scelte relative alla correttezza dei contenuti di cui risponde, oltre che in sede civile e penale, anche all'Ordine dei giornalisti. Il giornalista deve operare nella consapevolezza che la propria responsabilità verso i cittadini non può essere condizionata o limitata da alcuna ragione particolare o di parte, o dall'interesse economico. In tal senso ha l'obbligo di difendere la propria autonomia e credibilità professionale secondo i principi di responsabilità e veridicità fissati nella legge istitutiva dell'Ordine.

In particolare nelle istituzioni pubbliche di tipo assembleare, tanto più se queste usufruiscono dell'attività di ufficio stampa in associazione, il giornalista opera nel pieno rispetto della dialettica tra le forze politiche e tra soggetti istituzionali diversi, riportando le posizioni in modo corretto e completo, senza censure né forzature e provvedendo tempestivamente a rettificare eventuali errori o inesattezze.

Secondo quanto prescrive la Carta dei doveri, il giornalista che opera in un Ufficio Stampa non può fornire né ricevere doni o favori che possano limitare l'autonomia e la credibilità professionale.

Il giornalista degli Uffici stampa non può assumere, nell'arco di vigenza del rapporto di lavoro, collaborazioni, incarichi o responsabilità in conflitto con la sua funzione di imparziale ed attendibile operatore dell'informazione. La violazione di queste regole comporta l'adozione di provvedimenti disciplinari previsti dalla legge istitutiva dell'Ordine.



INDICE

Introduzione di Carlo Bartoli Presidente dell'Ordine dei Giornalisti della Toscana	5
Carta dei doveri del giornalista Documento CNOG-FNSI (8 luglio 1993)	7
Codice di Procedura Penale Art. 200	13
Norme sulla rettifica	14
Carta di Treviso	16
Carta di Treviso - Vademecum '95	21
Codice di autoregolamentazione TV e minori. Decreto Ministero Comunicazioni del 29 novembre 2002	25
Codice per la protezione dei dati personali	37
Decreto legislativo sulla pubblicità ingannevole o comparativa	45
Protocollo d'intesa sulla trasparenza pubblicitaria	50
Carta sull'informazione e sondaggi	53
Carta dei doveri dell'informazione economica	55
Carta di Roma	57
Carta dei doveri del giornalista degli uffici stampa	61



Progetto grafico Andrea D'Amore
Stampa Grafiche PDB - Firenze
finito di stampare - marzo 2011

Ordine
dei
Giornalisti



Consiglio Regionale
della Toscana