

COMMISSIONE PER L'INDIRIZZO GENERALE E LA VIGILANZA DEI  
SERVIZI RADIOTELEVISIVI  
(Presidente Sen. Sergio Zavoli)

AUDIZIONE DEL PRESIDENTE  
DELL'AUTORITA'PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI  
CORRADO CALABRO'

Palazzo San Macuto  
3 febbraio 2010 – ore 14.00

Onorevole Presidente, Onorevoli Senatori e Deputati, grazie per questo incontro e per l'attenzione riservata alla consultazione di quest'Autorità in ordine all'emanazione dei regolamenti per le prossime elezioni.

La consultazione tra gli organismi, prevista dalla legge, non è semplicemente una prassi rituale, ma costituisce anche un'utile occasione per scambiare riflessioni e orientamenti sull'informazione radiotelevisiva.

E – come si è visto nelle precedenti tornate - l'appuntamento elettorale accentua le criticità del sistema dei media.

Gli ambiti di applicazione dei rispettivi regolamenti sono - com'è noto - diversi, essendo codesta Commissione parlamentare competente a disciplinare gli obblighi di informazione della concessionaria pubblica, e l'Autorità competente a disciplinare gli obblighi delle emittenti televisive e radiofoniche private, della stampa (limitatamente ai messaggi politici ed elettorali) e dei sondaggi ( su tutti i mezzi di diffusione).

L'Autorità - come ho già detto altre volte in questa sede – presidia altresì l'applicazione dei regolamenti elettorali e degli indirizzi generali dettati da codesta Commissione, ai sensi della legge 28 del 2000 e della legge 103 del 1975.

La prossima tornata elettorale<sup>1</sup> riguarderà 13 Regioni a statuto ordinario (Piemonte, Lombardia, Veneto, Liguria, Emilia Romagna, Toscana, Umbria, Marche, Lazio, Campania, Puglia, Basilicata e Calabria), 3 Province (Viterbo, L'Aquila e Caserta) e 432 Comuni: si tratta di una consultazione di ambito territoriale quasi nazionale.

La campagna elettorale, formalmente, prenderà avvio l'11 febbraio, cioè 45 giorni prima della data delle votazioni che sono previste per domenica 28 e

---

<sup>1</sup> Con la legge 165 del 2009 – di conversione del decreto-legge 18 novembre 2009, n. 131 – sono stati anticipati i termini del procedimento elettorale per lo svolgimento delle elezioni amministrative.

lunedì 29 marzo, ma si può dire che, di fatto, la campagna elettorale è già iniziata sui media (con l'accesso dibattito sulle più discusse candidature).

Questa, invero, è la tendenza della televisione, che tende ad anticipare e sommariamente esporre gli annunci più importanti di iniziative legislative e di governo.

La Commissione per i servizi e i prodotti dell'Autorità ha predisposto una bozza di regolamento, che vi è stata inviata il 18 gennaio scorso.

Terremo presenti, con la massima considerazione, le indicazioni che emergeranno in questa sede per poi approvare il regolamento, coordinandoci con voi, in tempo utile per la data di inizio della campagna elettorale.

Com'è noto, la campagna elettorale si articola in due distinti momenti. Il primo intercorre tra la data di convocazione dei comizi elettorali e la data di presentazione delle candidature, mentre il secondo va dalla presentazione delle candidature al penultimo giorno prima delle votazioni.

Per il primo periodo la legge (n. 28 del 2000) prevede che gli spazi siano ripartiti tra i soggetti politici presenti nelle Assemblee da rinnovare, nonché tra quelli in esse non rappresentati purché presenti nel Parlamento europeo o in uno dei due rami del Parlamento.

Nel secondo periodo gli spazi sono ripartiti secondo il principio delle pari opportunità tra le coalizioni e le liste in competizione che abbiano presentato candidature in collegi o circoscrizioni che interessino almeno un quarto degli elettori chiamati alla consultazione, fatta salva l'eventuale presenza di soggetti rappresentativi delle minoranze linguistiche.

Sulla base di tali criteri la legge rimette ai due organi – la Commissione parlamentare di vigilanza e l'Agcom – previa consultazione tra loro, e nell'ambito delle rispettive competenze, il compito di regolare il riparto degli spazi tra i soggetti politici, tenendo conto del sistema elettorale da applicare e dell'ambito territoriale di riferimento.

Il nostro schema si ispira ai criteri utilizzati nei regolamenti più recenti (elezioni amministrative del 2008 e 2009).

Per quanto riguarda il riparto degli spazi di comunicazione politica sulle emittenti nazionali, abbiamo previsto che nel primo periodo di campagna elettorale gli spazi siano garantiti nei confronti delle forze politiche che costituiscono Gruppo in almeno un ramo del Parlamento nazionale e nei confronti delle forze politiche che hanno eletto con proprio simbolo almeno due rappresentanti dell'Italia al Parlamento europeo. Il tempo disponibile è ripartito tra i soggetti aventi diritto per il cinquanta per cento in proporzione alla loro consistenza parlamentare e per il restante cinquanta per cento in modo paritario.

Nel secondo periodo di campagna elettorale abbiamo previsto che lo spazio sia ripartito con criterio paritario tra i soggetti che presentano liste di candidati per i Consigli regionali, i Consigli provinciali e i Consigli dei comuni capoluogo di Provincia, presenti in tanti ambiti territoriali da interessare almeno un quarto del totale degli elettori, su base nazionale, che votano nelle prossime consultazioni.

Per le trasmissioni di ambito locale abbiamo previsto lo stesso meccanismo di ripartizione del tempo, facendo però riferimento alle forze politiche dei Consigli regionali, provinciali e comunali uscenti (primo periodo) e alle nuove liste e coalizioni che si presenteranno alle elezioni (secondo periodo).

Nelle ultime consultazioni elettorali amministrative del 6 e 7 giugno 2009, voi avete approvato un regolamento che, data la dimensione territoriale delle elezioni (provinciali e comunali), disciplinava solo le trasmissioni regionali della Rai. Questo regolamento prevedeva una ripartizione del tempo per il 50 per cento in base alla consistenza dei gruppi dei Consigli provinciali o comunali uscenti e per il 50 per cento in modo paritario (primo periodo). Nel secondo periodo il tempo era ripartito in parti uguali tra le liste di candidati (differenziando tra liste di candidati per i Consigli provinciali e comunali e candidati alla carica di Presidente della Provincia o di Sindaco).

In tempi meno recenti - mi riferisco alla disciplina approvata da codesta Commissione per le elezioni amministrative del 2005<sup>2</sup> che interessarono 14 Regioni a statuto ordinario e numerose amministrazioni provinciali e comunali - i criteri stabiliti erano analoghi a quelli che noi abbiamo previsto nella bozza di regolamento che vi abbiamo inviato.

Siamo comunque aperti su questa tema suggerimenti da parte vostra, anche per uniformare il più possibile la disciplina delle emittenti private con quella della concessionaria pubblica così da conseguire una maggiore omogeneità di comportamento.

Il problema principale che si presenta puntualmente ad ogni consultazione è quello legato alla dicotomia: programmi di comunicazione politica/programmi di informazione.

Ne abbiamo parlato più volte in questa Commissione.

Da un lato abbiamo i programmi di comunicazione politica (le classiche tribune elettorali), ai quali si applica la distribuzione degli spazi in maniera matematica, secondo il principio della parità di accesso di tutti i competitori politici; dall'altra vi sono i programmi di informazione, per i quali si applicano i principi generali in materia di obiettività, completezza, pluralismo e imparzialità dell'informazione, che nel periodo elettorale devono essere osservati con particolare rigore.

La legge in materia di *par condicio* (legge n. 28 del 2000 - articolo 2) stabilisce che si applica alla comunicazione politica **la parità di condizioni** nell'esposizione di opinioni e posizioni politiche nelle tribune politiche, nei dibattiti, nelle tavole rotonde, nelle presentazioni in contraddittorio dei programmi, nelle interviste e in ogni altra trasmissione nella quale assuma

---

<sup>2</sup> *PROVVEDIMENTO 16 Febbraio 2005*

*Disposizioni in materia di comunicazione politica, messaggi autogestiti e informazione della concessionaria pubblica, nonché tribune elettorali per le elezioni regionali, comunali e provinciali, fissate per i giorni 3 e 4 aprile 2005.*

carattere prevalente l'esposizione di opinioni e valutazioni politiche, mentre tale criterio non si applica "alla diffusione di notizie nei programmi di informazione".

Ricordo che nelle passate elezioni tutte le liste in competizione (ben 16 nella tornata elettorale europea), appellandosi alla legge, hanno invocato la parità di accesso alle *trasmissioni di informazione*, mentre non abbiamo ricevuto alcun reclamo per le *trasmissioni di comunicazione politica*.

E come dar loro torto, considerata l'influenza che i telegiornali e le trasmissioni di approfondimento informativo esercitano sull'elettorato, rispetto alle tribune politiche che hanno ormai scarso *appeal*.

Secondo una rilevazione del Censis, nell'ultima campagna per le elezioni europee del 6-7 giugno, il 69,3% degli elettori s'è formato la propria opinione attraverso i telegiornali e il 30,6% attraverso i programmi di approfondimento, sempre in tv. La stampa cartacea è stata determinante per il 25,4% e internet solo per il 2,3%<sup>3</sup> (a differenza di quel che si è verificato negli USA, dove Obama ha condotto la sua campagna elettorale soprattutto dal proprio blog). Da noi, dunque, i telegiornali e i programmi di informazione restano determinanti per orientare il voto.

Nelle scorse campagne elettorali l'Autorità è stata ben attenta a vigilare che i politici partecipassero solo alle trasmissioni ricondotte alla responsabilità di una testata giornalistica (secondo l'articolo 1, comma 5, della legge 515 del 1993) e, ricorrendo anche alla *moral suasion*, ha scoraggiato *ab origine* le "incursioni" nelle trasmissioni di intrattenimento.

La televisione equivale ad una patente di esistenza, o almeno di consistenza; per cui si ricorre ad ogni sorta di espedienti per far apparire uomini politici negli spettacoli di intrattenimento, dato che le tribune politiche hanno perso attrattiva.

---

<sup>3</sup>Pubblicazione Censis "Elezioni 2009. Come si sono informati gli italiani". A titolo di paragone, con riferimento all'ultima campagna elettorale per le presidenziali americane, nella fascia di età tra i 18 e i 29 anni gli elettori che hanno scelto Internet come principale fonte di informazione e orientamento al voto sono stati ben il 49%.

E' recessiva l'importanza di quello che dice, in quel contesto, l'esponente politico. Essere un personaggio così noto da essere ripreso in televisione, perfino allo stadio: questo è quello che conta, questo è quello che rimane impresso nell'immaginario collettivo.

Durante la campagna elettorale un numero molto alto di trasmissioni, anche di *info-entertainment*, viene ricondotto sotto la responsabilità delle testate giornalistiche (come Uno mattina su Rai Uno) proprio per poter ospitare i politici senza violare la legge.

Il panorama è ancor più complicato per il proliferare di trasmissioni di approfondimento che utilizzano *format* analoghi a quelli della comunicazione politica vera e propria e che trattano di temi politico-elettorali. Il che rende oltremodo difficoltoso coniugare i principi di autonomia editoriale e giornalistica e di attualità della cronaca - tipici delle trasmissioni di informazione -, con quelli della parità di accesso e trattamento – tipici della comunicazione politica.

Nella scorsa tornata elettorale l'Autorità ha svolto il suo compito con la dovuta diligenza, e l'iniziale squilibrio rilevato è rientrato dopo gli interventi tempestivamente assunti. Così farà anche stavolta, attraverso il monitoraggio continuo – 24 ore su 24 - delle trasmissioni nazionali ed avvalendosi dei Corecom per le trasmissioni locali. Rimane, comunque, la difficoltà di effettuare valutazioni puntuali sul pluralismo dell'informazione in mancanza di parametri legislativamente predefiniti, che allo stato sussistono solo per i programmi di comunicazione politica.

Non siamo, però, del tutto sprovvisti di regole: vi sono i principi generali sull'informazione previsti dal Testo Unico della radiotelevisione (artt. 3 e 7<sup>4</sup>), che

---

<sup>4</sup> “Costituiscono principi fondamentali del sistema radiotelevisivo il pluralismo, l'obiettività, la completezza, la lealtà e l'imparzialità dell'informazione. L'attività di informazione radiotelevisiva da qualunque emittente o fornitore di contenuti esercitata, costituisce un servizio di interesse generale che deve garantire la libera formazione delle opinioni e l'accesso a tutti i soggetti politici alle trasmissioni di informazione e di propaganda in condizioni di parità di trattamento e di imparzialità”.

devono essere rispettati da tutte le emittenti, compresa la Rai ; vi sono gli indirizzi sul pluralismo che codesta Commissione impartisce alla Rai<sup>5</sup>; vi è il contratto di servizio – il cui articolo 3 dispone che *“la Rai si impegna a garantire il rispetto delle regole del pluralismo”*; vi è il Codice Etico della Rai, il cui rispetto è espressamente richiamato dal vigente contratto di servizio, che con particolare enfasi prevede che *“Per RAI il pluralismo non è solo un dovere nei confronti della collettività, ma anche, e soprattutto, un metodo di lavoro, un elemento della sua identità di Servizio Pubblico”*.

Le regole, dunque, tendenzialmente ci sono. Ma i comportamenti di fatto, più che corrispondere a quelle tendenze, si manifestano a volte ... tendenziosi.

Si rileva, invero, un certo grado di faziosità delle trasmissioni della Rai ad un non completo rispetto delle regole del contraddittorio e della completezza ed imparzialità dell'informazione. Come ha ricordato il Vice presidente Merlo, l'equilibrio dell'informazione e il pluralismo nei programmi della Rai non possono essere declinati a giorni alterni, o peggio ancora, essere sospesi per alcune trasmissioni o alcuni conduttori. Non voglio in questa sede riferirmi a determinate trasmissioni, ma è il metodo seguito dalla Rai che dovrebbe cambiare.

Nelle linee-guida sul prossimo contratto di servizio 2010-2012, approvate dall'Autorità il 12 novembre 2009, che ho già avuto modo di illustrare a codesta Commissione nella scorsa audizione , ci è apparso fondamentale richiamare con forza la concessionaria pubblica ad un recupero della qualità dell'informazione e della programmazione.

E' necessario che la Rai, soggetta ad un concetto di pluralismo più stringente, in considerazione dei particolari obblighi connessi alla prestazione di

---

<sup>5</sup> Secondo l'Atto di indirizzo della Commissione di vigilanza del 2003, “ Tutte le trasmissioni di informazione – dai telegiornali ai programmi di approfondimento – devono rispettare rigorosamente, con la completezza dell'informazione, la pluralità dei punti di vista e la necessità del contraddittorio...a tutti i giornalisti che operano nell'azienda ...si chiede di orientare la loro attività al rispetto dell'imparzialità, avendo come unico criterio quello di fornire ai cittadini utenti il massimo di informazioni, verificate e fondate, con il massimo della chiarezza

un pubblico servizio sostenuto da risorse pubbliche e del vasto numero di soggetti raggiunti dalle sue trasmissioni, effettui un'applicazione attenta della deontologia professionale del giornalista, la cui funzione viene oggi accresciuta per la necessità di approfondire e mettere a fuoco l'informazione, coniugando il principio di libertà con quello di responsabilità, nel rispetto della dignità della persona.

Il Consiglio dell'Autorità il 15 gennaio scorso ha audito il Presidente e il Direttore generale della Rai sul tema generale dell'informazione (non legata al periodo elettorale), ribadendo la necessità che i programmi della concessionaria pubblica rispettino gli obblighi previsti dalla legge, dagli atti di indirizzo di codesta Commissione e dal Contratto di servizio e ricordando che la qualità della programmazione e dell'informazione “è un fine strategico e un tratto distintivo dei compiti del servizio pubblico” finanziato dal canone di abbonamento.

Abbiamo preso atto che da parte dell'azienda è stato espresso un rigenerato convincimento della necessità di ricercare qualità ed equilibrio dell'informazione radiotelevisiva: speriamo che i fatti siano consequenziali.

Con specifico riferimento al tema dell'informazione nel periodo di campagna elettorale, essendo le disposizioni della legge a livello di principio, nelle passate campagne elettorali abbiamo elaborato alcuni indirizzi interpretativi, alla luce delle indicazioni date dalla giurisprudenza costituzionale (sentenza n. 155 del 24 aprile/7maggio 2002)<sup>6</sup>.

Rimando alla lettura di tale ponderata sentenza per la considerazione di tutto il contesto. Ai fini del vostro odierno esame mi limito a richiamare (enucleare) l'affermazione della Corte che “Il diritto alla completa ed obiettiva

---

<sup>6</sup> Con tale sentenza la Corte (richiamando la propria precedente sentenza n. 112 del 1993) ha posto in rilievo come “il diritto all'informazione, garantito dall'art. 21 della Costituzione, venga qualificato e caratterizzato, tra l'altro, sia dal pluralismo delle fonti cui attingere conoscenze e notizie – così da porre il cittadino in condizione di compiere le proprie valutazioni avendo presenti punti di vista e orientamenti culturali e politici differenti – sia dall'obiettività e dall'imparzialità dei dati forniti, sia infine dalla completezza, dalla correttezza e dalla continuità dell'attività di informazione erogata”.

informazione del cittadino appare .... tutelato in via prioritaria soprattutto in riferimento a valori costituzionali primari, che non sono tanto quelli.....della pari visibilità dei partiti, quanto piuttosto quelli connessi al corretto svolgimento del confronto politico su cui in permanenza si fonda....il sistema democratico”.

In base a tali criteri la Corte ha osservato come le regole più stringenti che valgono per la comunicazione politica non si attagliano “alla diffusione di notizie nei programmi di informazione”. La Corte Costituzionale ha sottolineato in proposito che l’art. 2 della legge n. 28 del 2000 non comporta la trasposizione dei criteri dettati per la comunicazione politica nei programmi di informazione “che certamente costituiscono un momento ordinario, anche se tra i più caratterizzanti dell’attività radiotelevisiva,” e ha soggiunto che “l’espressione diffusione di notizie” va...intesa, del resto secondo un dato di comune esperienza, nella sua portata più ampia, comprensiva quindi della possibilità di trasmettere notizie in un contesto narrativo-argomentativo ovviamente risalente alla esclusiva responsabilità della testata”.

La rappresentazione delle diverse posizioni politiche nei programmi appartenenti all’area dell’informazione non è quindi regolata, a differenza della comunicazione politica, dal criterio della ripartizione matematicamente paritaria degli spazi attribuiti, ma deve conformarsi - soprattutto nel corso delle campagne elettorali - al criterio della **parità di trattamento**.

Il criterio della “parità di trattamento” non viene interpretato come pari presenza di tutti i soggetti politici, ma come pari opportunità, inteso a dare trattamenti uguali a situazioni uguali, anche in termini di analoghe opportunità di ascolto degli ospiti invitati.

Tale criterio va, inoltre, temperato con l’autonomia editoriale. Si devono sempre rispettare la professionalità giornalistica, l’autonomia editoriale di ciascuna testata e l’attualità della cronaca: una presenza obiettivamente legata all’attualità della cronaca si giustifica di per sé, mentre altre devono trovare una giustificazione.

Questo però comporta che la differenziazione tra comunicazione politica e trasmissioni di informazione tanto più si attenui quanto più questa tenda ad assumere i contenuti, i modi e , soprattutto, la funzione di quella. Ed è questa, come ho detto, la tendenza, soprattutto nelle trasmissioni di approfondimento informativo.

Indubbiamente regole chiare e condivise tra la Commissione di vigilanza e l’Autorità faciliterebbero il nostro compito di vigilanza sui nostri regolamenti e sui vostri indirizzi. Mi riferisco ai concetti di “equilibrata presenza” dei soggetti politici e di “equilibrato contraddittorio”.

Nei regolamenti elettorali più recenti noi ci siamo orientati per **l’equilibrio delle presenze nel ciclo della trasmissione e per il contraddittorio nella singola puntata**, anche se effettuato da un giornalista, purchè esso sia veramente equilibrato, e siano adottate tutte le cautele per evitare che si determinino situazioni di vantaggio o svantaggio per alcune forze politiche, anche in relazione alla composizione del pubblico in studio e all’atteggiamento del conduttore, che, come prevede la legge<sup>7</sup>, deve essere imparziale. Anche la composizione del pubblico è importante, ad esempio se c’è la *claque*, perché i telespettatori tendono a identificarsi con il pubblico presente in studio (si pensi al successo di certe trasmissioni comiche americane in cui ogni battuta è accompagnata da uno scroscio di risa).

Anche la presenza dei rappresentanti del Governo, qualora siano candidati alle elezioni, deve trovare fondamento in obiettive esigenze informative legate all’attività dell’esecutivo, che non costituiscano una forma di esposizione di tesi politiche e/o propaganda elettorale.

Al di fuori dei periodi elettorali abbiamo adottato un criterio più flessibile per le trasmissioni di informazione , valutando le possibili lesioni del pluralismo

---

<sup>7</sup> Art. 5, comma 3, della legge 28/2000: “I registi ed i conduttori sono tenuti ad un comportamento corretto ed imparziale nella gestione del programma, così da non esercitare, anche in forma surrettizia, influenza sulle libere scelte degli elettori.”

alla luce di una valutazione globale della presenza dei soggetti politici nei notiziari e nei programmi di approfondimento di una data emittente, senza limitarci all'esame di un singolo programma o di una determinata edizione di un telegiornale.

Il TAR del Lazio, in una recentissima pronuncia (ord. n. 10710/2009 del 15 gennaio 2010 sul ricorso di Italia dei Valori), sia pure in sede cautelare, ha ritenuto condivisibili tali criteri ed ha considerato conforme a legge l'operato dell'Autorità "laddove ha esteso la verifica del rispetto delle norme di cui alla legge n. 28 del 2000 non solo ai notiziari individuati dal ricorrente, ma anche ai programmi di approfondimento informativo ed ha, quindi, effettuato una valutazione globale sull'emittente".

Il TAR ha considerato, inoltre, come la giurisprudenza abbia già avuto occasione di affermare che il rispetto dei generali principi in tema di pluralismo e di parità di accesso deve essere garantito sulla base di una valutazione dell'area dell'informazione che tenga conto, nell'arco temporale determinato, dello spazio che complessivamente è stato attribuito a tutti i soggetti politici.

Tra le cose da disciplinare ci sono i sondaggi. Nella bozza di regolamento che vi è stata inviata abbiamo confermato che il divieto di rendere pubblici i sondaggi di natura politico-elettorale vale nei confronti delle emittenti radiotelevisive, delle società editrici di quotidiani e periodici e delle agenzie di stampa (le quali si chiedevano come potessero non riportare il sondaggio citato in pubblico da un personaggio politico). Il divieto di diffondere sondaggi vale per gli ultimi quindici giorni, mentre nel periodo precedente il sondaggio può essere riportato, ma citando la fonte e la metodologia di realizzazione (e il sondaggio deve essere pubblicato sul sito Internet della Presidenza del Consiglio nella sua integralità).

Abbiamo chiarito - sulla scorta di una decisione assunta dall'Autorità nella scorsa campagna elettorale<sup>8</sup> - che le dichiarazioni relative a risultati di sondaggi

---

<sup>8</sup> Delibera n. 161/09/CSP del 29 luglio 2009

già resi pubblici nelle forme stabilite dalla legge nel periodo in cui ciò è consentito, anche se vengono nuovamente diffuse negli ultimi quindici giorni, non costituiscono una violazione. Infatti, la legge vieta che si diffondano, in quel periodo, sondaggi mai resi noti, anche se effettuati precedentemente.

Una parola per quanto riguarda l'apporto dei Corecom alla campagna elettorale.

Nell'anno appena trascorso i rapporti tra l'Autorità e i Comitati regionali delle comunicazioni si sono molto intensificati, con il rilascio di nuove deleghe, a seguito del nuovo accordo quadro del 4 dicembre 2008.

L'attribuzione di nuove e rilevanti funzioni di controllo e di gestione, tra cui anche il monitoraggio dei programmi a livello locale, sta contribuendo a disegnare un sistema avanzato di governo delle comunicazioni in ambito locale che risponde a quella logica di sussidiarietà che dovrebbe permeare l'intero assetto istituzionale.

Nella bozza di regolamento che abbiamo predisposto abbiamo formalmente incaricato i Corecom di verificare anche le possibili violazioni del divieto di comunicazione istituzionale in ambito locale<sup>9</sup>.

Nella passata tornata elettorale abbiamo verificato che molte amministrazioni pubbliche (soprattutto locali) hanno effettuato sui media comunicazioni istituzionali non indispensabili né impersonali (come il bilancio di fine mandato effettuato in forma particolarmente suggestiva).

A livello delle Amministrazioni centrali, invece, abbiamo riscontrato più sensibilità e la maggior parte dei Ministeri si sono adeguati ai nostri criteri, limitando la comunicazione istituzionale a quella effettivamente indispensabile e rispettando il requisito di "impersonalità" (abbiamo imposto ai Ministeri di diffondere solo l'emblema della Repubblica e, in casi veramente indispensabili, il richiamo al sito Internet del Ministero competente).

<sup>9</sup> L'articolo 9 della legge sulla *par condicio* prevede il divieto per le amministrazioni pubbliche di svolgere attività di comunicazione nel periodo della campagna elettorale, fatta eccezione per quella effettuata in forma impersonale e indispensabile per l'efficace svolgimento delle proprie funzioni.

Questo il quadro che sottoponiamo alla vostra valutazione.

Corrado Calabrò