

ELEZIONI AMMINISTRATIVE DEL 3 E 4 OTTOBRE 2021 NOTA INFORMATIVA SULLA CAMPAGNA ELETTORALE

Definizioni:

Comunicazione istituzionale

Comunicazione realizzata dalla pubblica amministrazione e diretta ai cittadini amministrati. È la comunicazione finalizzata a garantire l'efficacia dell'azione amministrativa e rappresenta quindi un servizio necessario.

Propaganda

Attività volta a far conoscere e apprezzare determinate idee o prodotti che vengono presentati al pubblico per favorirne la vendita o per stimolare determinati comportamenti conformi alle aspettative dell'autore del messaggio propagandistico.

Propaganda elettorale

Attività specifica volta a stimolare determinati comportamenti degli elettori. Si svolge nell'ambito del procedimento elettorale preparatorio e ha lo scopo di acquistare il maggior numero di voti possibile. È utilizzata in varie forme: dalla tradizionale propaganda mediante affissioni, alle riunioni elettorali, alla propaganda radiotelevisiva, ecc..

Informazione elettorale

Diversamente dalla propaganda, è un messaggio "puro" e "obiettivo", in quanto non ha la finalità di provocare nel destinatario l'adesione verso una determinata opzione politica.

Par condicio

È la parità di condizioni di accesso ai mass media, assicurata nel periodo elettorale ai partiti, movimenti politici e ai candidati.

Committente responsabile

È colui che commissiona la stampa del materiale elettorale e ne è responsabile. Tutte le pubblicazioni di propaganda elettorale a mezzo di scritti, stampa o fotostampa, radio, televisione, incisione magnetica e ogni altro mezzo di divulgazione, devono indicare il nome del committente responsabile.

Silenzio elettorale

È il divieto di svolgere forme di propaganda elettorale nel giorno antecedente e nel giorno della votazione.

Limiti alle spese per la campagna elettorale

La disciplina elettorale prevede che le spese di propaganda dei partiti, movimenti politici e dei candidati non debbano superare determinati importi. L'effettivo rispetto dei limiti di spesa è controllato a posteriori da un apposito Collegio (vedi voce successiva).

Organi di controllo

Vari organi controllano il rispetto delle disposizioni che regolamentano la campagna elettorale. La Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi (Commissione) è una commissione parlamentare che detta alla RAI, quale concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, le prescrizioni affinché sia rispettata la par condicio nell'utilizzo degli spazi di propaganda nell'ambito del servizio pubblico radiotelevisivo da

parte dei partiti e dei movimenti politici, delle liste e dei candidati. La Commissione disciplina direttamente le rubriche elettorali ed i servizi o i programmi di informazione elettorale della RAI nel periodo elettorale, in modo che siano assicurate la parità di trattamento, la completezza e l'imparzialità rispetto a tutti i partiti ed i movimenti che partecipano alla campagna elettorale.

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Autorità) è un'autorità indipendente che risponde del proprio operato al Parlamento e che si pone quale organo di garanzia nei confronti degli operatori sul mercato e dei cittadini utenti del mezzo radiotelevisivo. L'Autorità stabilisce le regole per l'applicazione della legge sulla par condicio ed applica le sanzioni previste dalla stessa legge. Ai fini dell'esercizio dell'attività di controllo e di garanzia che la legge le attribuisce, l'Autorità si avvale dei Comitati regionali per le Comunicazioni (Co.Re.Com.), istituiti con leggi regionali. I Co.Re.Com. affiancano l'Autorità anche nella gestione della propaganda elettorale demandata alle emittenti locali.

Il Collegio regionale di garanzia elettorale (Collegio) è un organismo indipendente istituito presso il Consiglio regionale, cui è demandato il controllo dei rendiconti delle spese di campagna elettorale per le elezioni regionali e l'irrogazione di eventuali sanzioni per il superamento dei tetti di spesa.

Il divieto di comunicazione istituzionale

A partire dalla convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto, è fatto divieto a tutte le amministrazioni pubbliche di svolgere attività di comunicazione ad eccezione di quella effettuata in forma impersonale e che sia indispensabile per l'efficace assolvimento delle proprie funzioni. L'obiettivo del legislatore non è quello dell'azzeramento della comunicazione istituzionale delle amministrazioni pubbliche nel periodo precedente le elezioni, ma quello di ridurre al massimo ogni forma di propaganda surrettizia.

Soggetti destinatari del divieto

Il divieto di comunicazione istituzionale si applica a tutte le amministrazioni pubbliche. È riferito agli organi che rappresentano le singole amministrazioni e non ai soggetti che ricoprono cariche pubbliche. Questi ultimi, se candidati alle elezioni, possono svolgere attività di propaganda elettorale al di fuori dell'esercizio delle proprie funzioni istituzionali.

Ambito oggettivo

Il divieto di comunicazione istituzionale è riferito alla comunicazione concepita come mezzo di promozione dell'immagine della pubblica amministrazione o dei protagonisti della competizione elettorale. È invece consentita la comunicazione intesa come servizio necessario ai cittadini.

Sanzioni

In caso di accertata violazione del divieto di comunicazione istituzionale, l'Autorità (vedi parole chiave) adotta i provvedimenti ritenuti necessari al fine di ripristinare l'equilibrio nella comunicazione politica. La mancata ottemperanza all'ordine dall'Autorità, a sua volta, comporta l'applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria.

Le sanzioni esauriscono ogni conseguenza pregiudizievole nel procedimento elettorale cui sono riferite.

LA PROPAGANDA ELETTORALE

La propaganda radiotelevisiva e a mezzo stampa

A partire dalla convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura della campagna elettorale, la trasmissione radiotelevisiva di messaggi di propaganda elettorale è ammessa esclusivamente

secondo la disciplina prevista dalla legge sulla par condicio, che distingue fra comunicazione politica, messaggi autogestiti e informazione.

Anche la Commissione e l'Autorità (vedi parole chiave) dettano di anno in anno disposizioni regolamentari di cui devono tenere conto le emittenti radiotelevisive.

Comunicazione politica radiotelevisiva

La comunicazione politica radiotelevisiva è la diffusione sui mezzi radiotelevisivi di programmi contenenti opinioni e valutazioni politiche.

L'offerta di programmi di comunicazione politica radiotelevisiva è obbligatoria per la RAI e per le emittenti nazionali.

I programmi di comunicazione politica nel periodo della campagna elettorale sono di vario tipo: tribune politiche, dibattiti, tavole rotonde, presentazione in contraddittorio di candidati e di programmi politici, interviste e ogni altra forma che consenta il confronto tra le posizioni politiche e i candidati in competizione.

Nell'ambito delle trasmissioni per la comunicazione politica deve essere garantita la pari opportunità tra donne e uomini.

Messaggi politici autogestiti gratuiti e a pagamento

I messaggi politici autogestiti sono trasmissioni nelle quali i soggetti politici hanno la possibilità di incidere in forma diretta e autonoma sul contenuto comunicativo. In questi programmi il soggetto politico può quindi costruire un messaggio funzionale alle sue esigenze.

Anche per questa forma di comunicazione, dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura della campagna elettorale, le modalità di svolgimento sono stabilite dalla Commissione e dall'Autorità.

L'Autorità regola il riparto degli spazi fra i soggetti politici a parità di condizioni, anche con riferimento alle fasce orarie di trasmissione, e fissa il numero complessivo dei messaggi da ripartire tra i soggetti politici richiedenti in ragione delle risorse disponibili in ciascuna Regione, avvalendosi dei competenti Co.Re.Com. (vedi parole chiave).

La trasmissione di messaggi politici autogestiti gratuiti è obbligatoria per la RAI, facoltativa per le altre emittenti radiofoniche e televisive nazionali.

Le emittenti radiotelevisive locali, se accettano di trasmettere messaggi autogestiti a titolo gratuito, ricevono un rimborso da parte dello Stato. Le stesse emittenti locali possono diffondere messaggi politici autogestiti a pagamento. A tal fine devono praticare condizioni economiche uniformi a tutti i soggetti politici e dare notizia dell'offerta degli spazi radiotelevisivi mediante un avviso da trasmettere, almeno una volta al giorno nella fascia oraria di maggiore ascolto, per tre giorni consecutivi.

L'attività di informazione nel periodo elettorale

L'informazione non è mai "neutra". Per questo motivo il legislatore ha voluto creare dei meccanismi atti a garantire che tutte le trasmissioni televisive in periodo elettorale mantengano il necessario distacco ed equilibrio rispetto all'attualità politica. Entro il 40° giorno antecedente la votazione, la Commissione e l'Autorità definiscono i criteri ai quali, fino alla chiusura delle operazioni di voto, devono conformarsi la RAI e le emittenti radio-televisive private nazionali nei programmi di informazione, al fine di garantire la par condicio.

Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto, in qualunque trasmissione radiotelevisiva è vietato fornire, anche in forma indiretta, indicazioni di voto o manifestare le proprie preferenze di voto.

L'Autorità precisa che nelle trasmissioni informative in cui vengono trattate questioni relative alla competizione elettorale, le posizioni dei diversi soggetti politici devono essere rappresentate in modo corretto ed obiettivo, anche con riferimento alle pari opportunità fra i due generi, evitando

sproporzioni nei riferimenti e nelle riprese tra i singoli competitori, ferma restando comunque la libertà di commento e di critica, tenendo distinte le informazioni dalle opinioni. Nello stesso periodo, inoltre, nelle trasmissioni informative riconducibili alla responsabilità di una specifica testata giornalistica, la presenza di candidati, esponenti di partiti e movimenti politici, amministratori pubblici in carica, deve essere limitata alla esigenza di assicurare la completezza e l'imparzialità dell'informazione. La presenza dei medesimi soggetti è vietata in tutte le altre trasmissioni.

Messaggi politici elettorali su quotidiani e periodici

Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla data delle elezioni, nei quotidiani e nei periodici sono ammesse soltanto le seguenti forme di messaggio politico elettorale:

- annunci di dibattiti, tavole rotonde, conferenze, discorsi;
- pubblicazioni destinate alla presentazione dei programmi elettorali delle liste e dei candidati;
- pubblicazioni di confronto fra più candidati.

Gli editori di quotidiani e periodici che intendono diffondere questo tipo di messaggi devono darne notizia attraverso un apposito comunicato pubblicato sulla stessa testata interessata alla diffusione dei messaggi. La pubblicazione del comunicato preventivo costituisce condizione per la diffusione dei messaggi politici elettorali. Secondo le regole dettate dall'Autorità, questi messaggi devono essere riconoscibili, anche mediante specifica impaginazione, in spazi chiaramente evidenziati, secondo modalità uni-formi per ciascuna testata e devono recare la dicitura "messaggio politico elettorale" con l'indicazione del soggetto committente. Queste regole non si applicano agli organi ufficiali di stampa dei partiti e dei movimenti politici.

Sondaggi

Nei quindici giorni precedenti la data della votazione è vietato rendere pubblici, o comunque diffondere, i risultati di sondaggi sull'esito delle elezioni e sugli orientamenti politici e di voto degli elettori.

Nel periodo precedente, la pubblicazione dei sondaggi deve essere corredata da una "nota informativa" con le seguenti indicazioni:

- il soggetto che ha realizzato il sondaggio;
- il nome del committente e dell'acquirente;
- l'estensione territoriale del sondaggio (se nazionale, regionale, provinciale o comunale);
- la consistenza numerica del campione di rispondenti, il numero o la percentuale dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate; e) la data o periodo in cui è stato condotto il sondaggio;
- indirizzo o sito informatico dove è disponibile il documento completo riguardante il sondaggio.

In caso di pubblicazione dei risultati a mezzo stampa, questa nota informativa è sempre evidenziata in apposito riquadro. In caso di diffusione dei risultati dei sondaggi attraverso la televisione o la radio, la nota informativa viene letta dal conduttore e, in televisione, appare in apposito sottotitolo a scorrimento.

Da questa disciplina rimangono escluse le simulazioni di voto organizzate nel giorno delle elezioni da istituti demoscopici all'uscita dei seggi elettorali, che non necessitano di alcuna autorizzazione, ma devono svolgersi a debita distanza dalle sedi dei seggi. Sono inoltre escluse le "manifestazioni di opinione", ovvero le raccolte di opinioni senza valore scientifico, basate su quesiti rivolti a determinate categorie di soggetti in assenza di procedure di campionamento e il cui risultato non può essere generalizzato.

I presidenti dei seggi possono autorizzare la presenza, durante lo scrutinio, degli operatori di tali istituti per la rilevazione progressiva dei votanti e dell'esito dello scrutinio stesso, ma solo

dopo la chiusura delle operazioni di votazione e purché ciò non intralci le operazioni di spoglio delle schede.

Sanzioni

Le violazioni delle disposizioni in materia di par condicio sono perseguite dall'Autorità, alla quale può essere denunciata la violazione entro dieci giorni.

La denuncia è comunicata all'emittente privata o all'editore presso cui è avvenuta la violazione, al competente Co.Re.Com.e al nucleo della Guardia di Finanza competente per territorio. L'Autorità, entro le 48 ore successive, procede all'istruttoria e provvede all'irrogazione delle sanzioni, essenzialmente di natura riparatoria.

Violazioni e relative sanzioni in materia di par condicio

Mancato rispetto delle disposizioni in materia di comunicazione politica radiotelevisiva:

L'Autorità ordina alle emittenti radiotelevisive la trasmissione di programmi di comunicazione politica con prevalente partecipazione dei soggetti politici direttamente danneggiati dalle violazioni. Mancato rispetto delle disposizioni in materia di messaggi politici autogestiti. L'Autorità ordina all'emittente interessata, oltre all'immediata sospensione delle trasmissioni programmate in violazione della legge, la messa a disposizione di spazi, a titolo gratuito, a favore dei soggetti danneggiati o illegittimamente esclusi, in modo da ripristinare l'equilibrio tra le forze politiche. Se del caso, ordina il ripristino degli equilibri tra gli spazi destinati ai messaggi e quelli destinati alla comunicazione politica gratuita.

Mancato rispetto delle disposizioni in materia di informazione nel periodo elettorale:

L'Autorità ordina all'emittente interessata la trasmissione di servizi di informazione elettorale con prevalente partecipazione dei soggetti politici direttamente danneggiati dalla violazione.

Mancato rispetto delle disposizioni in materia di propaganda su quotidiani e periodici:

L'Autorità ordina all'editore interessato la messa a disposizione di spazi di pubblicità elettorale compensativa in favore dei soggetti politici illegittimamente esclusi.

Mancato rispetto delle disposizioni in materia di sondaggi:

L'Autorità ordina all'emittente o all'editore interessato di dichiarare tale circostanza sul mezzo di comunicazione che ha diffuso il sondaggio con il medesimo rilievo con cui i sondaggi sono stati pubblicizzati.

PROPAGANDA A MEZZO DI STAMPATI, FONICA, FIGURATIVA SU MEZZI MOBILI, LUMINOSA, VOLANTINAGGIO

A partire dal trentesimo giorno antecedente la data delle elezioni, l'affissione di manifesti e stampati di propaganda elettorale è consentita esclusivamente negli spazi a ciò destinati in ogni comune, individuati dalla Giunta comunale, ove i candidati e le liste partecipanti alla competizione elettorale potranno affiggere i manifesti.

Dalla data dell'avvenuta assegnazione degli appositi spazi per la propaganda elettorale e fino alla chiusura delle votazioni, è vietata:

- l'affissione o l'esposizione di stampati, giornali murali od altri e di manifesti, inerenti direttamente o indirettamente, alla propaganda elettorale in qualsiasi altro luogo pubblico o

esposto al pubblico, nelle vetrine dei negozi, su portoni, sulle saracinesche, sui chioschi, sui capannoni, sulle palizzate, sugli alberi, sugli autoveicoli in sosta, etc.

Al riguardo, il Ministero dell'Interno ha precisato che durante la campagna elettorale - riferendosi la legge n. 216/1956 alla disciplina delle affissioni su immobili (beni e manufatti stabilmente infissi al suolo) - possa essere consentita l'affissione di stampati inerenti direttamente o indirettamente la propaganda elettorale su mezzi mobili, quali automezzi, pullman, roulotte, carrelli, ecc., i quali, però, non possono essere lasciati in sosta nelle vie o piazze o altro luogo pubblico o aperto al pubblico; i mezzi in questione debbono essere, quindi, in movimento (cosiddetta propaganda itinerante);

- l'affissione di qualsiasi materiale di propaganda elettorale negli spazi destinati dai Comuni alle normali affissioni, previo pagamento dei relativi diritti;
- l'esposizione di materiale di propaganda elettorale nelle bacheche o vetrinette appartenenti a partiti, movimenti o gruppi politici, associazioni sindacali o giovanili, a soggetti privati o ad editori di giornali o periodici, posti in luogo pubblico o esposti al pubblico. E' fatta eccezione, anche per i giorni delle votazioni, della sola affissione nelle predette bacheche e vetrinette di quotidiani e periodici (artt. 1 e 8 della Legge n. 130).

Propaganda fonica

La propaganda elettorale effettuata mediante altoparlante su mezzi mobili è subordinata alla preventiva autorizzazione del Sindaco. L'uso di altoparlanti su mezzi mobili è consentito soltanto per il preannuncio dell'ora e del luogo in cui si terranno i comizi e le riunioni di propaganda elettorale e solamente dalle ore 9,00 alle ore 21,30 del giorno della manifestazione e di quello precedente (c. 2° art. 7 L. 130/1975). La richiesta va presentata all'ufficio di polizia locale.

Propaganda figurativa su mezzi mobili, luminosa, volantinaggio

Durante i trenta giorni della campagna elettorale sono ammesse:

- la propaganda figurativa su mezzi mobili nel rispetto delle norme sulla circolazione stradale (§3 cap. II circolare del Ministero dell'Interno n. 1943/1980).
- le insegne indicanti le sedi dei partiti (c. 1 art. 6 L. 212/1956)
- l'affissione di giornali quotidiani o periodici nelle bacheche poste in luogo pubblico, regolarmente autorizzate alla data di pubblicazione del decreto di convocazione dei comizi (art. 1 L. 212/1956).
- la distribuzione dei volantini purché consegnati nelle mani dei passanti (§ 4 cap. II circolare del Ministero dell'Interno n. 1943/1980) salva la richiesta di autorizzazione all'occupazione di suolo pubblico in caso di postazioni fisse.

UTILIZZO SPAZI PUBBLICI

La Giunta comunale con deliberazione n. 191 del 17/01/2021, dichiarata immediatamente esecutiva, ha approvato le [Linee di indirizzo per l'utilizzo di locali e spazi comunali per la propaganda elettorale](#). Tale documento fornisce le indicazioni per l'utilizzo dei locali comunali, occupazione suolo pubblico con gazebo o banchetti, comizi elettorali e pubblici spettacoli ai fini dello svolgimento sul territorio comunale della propaganda elettorale per l'Elezione del Sindaco e del Consiglio comunale di Pinerolo indette per domenica 3 e lunedì 4 ottobre 2021 e per l'eventuale turno di ballottaggio di domenica 17 e lunedì 18 ottobre 2021.

Detti criteri sono volti a garantire ai partiti politici, ai movimenti politici ed ai comitati promotori forme d'accesso a strutture e spazi comunali nel rispetto dei principi di democraticità, imparzialità, rotazione, pubblicità e trasparenza.

DIVIETI

Dal 30° giorno antecedente le elezioni:

- è vietata ogni forma di propaganda elettorale figurativa a carattere fisso in luogo pubblico (c. 1 art. 6 L. 212/1956). L'unica propaganda figurativa a carattere fisso ammessa è quella costituita dalle affissioni negli appositi spazi;
- sono vietate le iscrizioni murali e quelle su fondi stradali, rupi, argini, palizzate e recinzioni (art. 1 L. 212/1956);
- è vietata la sosta o lo stazionamento prolungato configurando violazione al divieto di propaganda figurativa fuori dagli appositi spazi. La sosta deve comunque avvenire nel rispetto delle norme del codice della strada;
- è vietata ogni forma di propaganda luminosa sia fissa, a mezzo di cartelloni elettronici, che mobile, su mezzi mobili con apparecchiature luminose (c. 1 art. 6 L. 212/1956);
- è vietato il lancio o il getto di volantini in luogo pubblico o aperto al pubblico c. 1 art. 6 L. 212/1956).

Nel giorno precedente e nei giorni delle elezioni:

- sono vietati i comizi, le riunioni di propaganda elettorale diretta o indiretta in luoghi pubblici o aperti al pubblico (art. 9 L. 212/1956);
- è vietata la nuova affissione di stampati, giornali murali o altri e manifesti di propaganda anche negli spazi messi a disposizione del Comune (art. 9 L. 212/1956);
- è ammessa la nuova affissione di giornali quotidiani o periodici nelle bacheche autorizzate alla data di pubblicazione del decreto di convocazione dei comizi (art. 9 L. 212/1956).

Per informazioni rivolgersi all'Ufficio elettorale: 0121361223, 0121361317,
elettorale@comune.pinerolo.to.it