

Protocollo sulla trasparenza pubblicitaria

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

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

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

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

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

Nel caso di messaggi pubblicitari, dovrà essere riconoscibile al lettore, spettatore o ascoltatore l'identità dell'emittente in favore del quale viene trasmesso il messaggio, che può essere identificato come impresa od

ente o anche come singola marca o prodotto o servizio purché chiaramente identificabile o riconoscibile.

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

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

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

Le categorie firmatarie di questo accordo convengono quindi sull'obbligo per i propri iscritti di rispettare la competenza, l'autonomia e la specifica professionalità delle altre categorie; e quindi di astenersi da iniziative che incrocino e confondano le competenze di professioni diverse.

Al fine di una distinzione netta di differenti forme di comunicazione di massa, e di una compiuta autonomia di esse e delle professionalità specifiche, Assap, Ferpi, FNSI, Ordine dei giornalisti, Otep e T.P. concordano sulla necessità di assicurare una più diffusa conoscenza - sia da parte degli appartenenti alle diverse categorie, sia da parte del pubblico - delle norme e dei codici di comportamento che regolano i settori del giornalismo, della pubblicità e delle relazioni pubbliche; sulla valutazione che i principi ed i fini di tali norme e codici di comportamento sono comuni; sulle constatazioni che la piena conoscenza e la compiuta applicazione di dette normative è strumento adatto e sufficiente ad assicurare trasparenza e correttezza nella comunicazione di massa, nel rispetto dei ruoli distinti delle diverse categorie di operatori. In forza dei principi enunciati, e in coerenza con le norme ed i codici di comportamento vigenti per ciascuna delle categorie professionali della comunicazione, si conviene quanto segue:

a) Per l'attività professionale non si dovranno accettare, richiedere od offrire (anche se con il consenso del datore di lavoro o committente) compensi di alcun genere che possano confondere o sovrapporre i ruoli professionali.

b) Le attività economiche, i beni (prodotti e servizi) e le opinioni di singoli enti e gruppi possono essere soggetto di messaggio pubblicitario, di attività di relazioni pubbliche o di informazione giornalistica, senza alcuna limitazione o censura né reciproco condizionamento, nel solo rispetto delle leggi vigenti e delle norme di autodisciplina. Ma il "tipo" di messaggio deve essere riconoscibile e la collocazione di messaggi di natura diversa deve essere distinta.

c) L'obbligo di correttezza è nei confronti di tutti i soggetti (pubblico, mezzi, aziende o enti). Le categorie sottoscrittrici riconoscono perciò la necessità della massima correttezza non solo nei rapporti reciproci ma anche nei confronti dei rispettivi committenti e porranno la massima attenzione alla veridicità delle informazioni trasmesse. Ciò implica in particolare per la professione giornalistica (in ragione della sua responsabilità "in proprio" dell'informazione) la verifica preventiva di attendibilità e di correttezza di quanto viene diffuso e la adeguata correzione di informazione che, dopo la loro diffusione, si rivelino non esatte, specialmente quando tali notizie possano risultare ingiustamente lesive o dannose per singole persone, enti o categorie.

d) Gli associati delle organizzazioni firmatarie sono tenuti ad agire in modo tale da non indurre i componenti di altre categorie professionali a discostarsi dalle norme di comportamento proprie di ciascuna. Assap, Ferpi, FNSI, Ordine dei giornalisti, Otep e T.P., per dare efficacia a questo accordo, stabiliscono di costituire un

Comitato permanente, formato da un rappresentante per ciascuno degli organismi firmatari.

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

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

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