

CONSIGLIO DELLA PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO
Comitato provinciale per le comunicazioni



Prot. n. CPTN/0017097/A

Trento, 11/12/2013



Monitoraggio dell'emittenza locale in Trentino

Verifica di obblighi di programmazione, pluralismo socio-politico,
garanzie dell'utenza e tutela dei minori e pubblicità

Periodo: 8 – 14 luglio 2013

Rapporto a cura dell'Osservatorio di Pavia

www.osservatorio.it



SOMMARIO

INTRODUZIONE	1
1. Obiettivi del monitoraggio	1
2. Campione	1
3. Nota metodologica e presentazione dei risultati	1
RTTR	3
1. Pluralismo socio-politico	3
2. Affollamento pubblicitario orario e giornaliero	11
3. Violazioni della normativa	12
TCA – Trentino TV	13
1. Pluralismo socio-politico	13
2. Affollamento pubblicitario orario e giornaliero	20
3. Violazioni della normativa	21
ALLEGATI	22
Scheda di analisi riservata al calcolo dell'affollamento pubblicitario	23
Scheda di analisi riservata alla rilevazione di violazioni	26
Allegato alla scheda di analisi riservata alla rilevazione di violazioni: Elenco Violazioni	28
Nota sul monitoraggio del pluralismo socio-politico	33

SOMMARIO DELLE TABELLE

Tabella 1. RTTR – Soggetti politici e istituzionali nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna. Tutte le edizioni.....	3
Tabella 2. RTTR – Soggetti politici e istituzionali nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna. Edizioni principali.....	5
Tabella 3. RTTR – Soggetti del pluralismo socio-culturale nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna. Tutte le edizioni.....	7
Tabella 4. RTTR – Soggetti del pluralismo socio-culturale nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna. Edizioni principali.....	8
Tabella 5. RTTR – Soggetti politici e istituzionali (escluso Governo nazionale e locale) secondo la variabile sesso nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di parola.....	8
Tabella 6. RTTR – Soggetti membri del Governo (nazionale e locale) secondo la variabile sesso nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di parola.....	9
Tabella 7. RTTR – Argomenti trattati dai soggetti sociali nei telegiornali: tempi di parola. Tutte le edizioni.....	9
Tabella 8. RTTR – Argomenti trattati dai soggetti sociali nei telegiornali: tempi di parola. Edizioni principali.....	10
Tabella 9. RTTR - Affollamento pubblicitario orario (Dlgs 177/05, art. 38, comma 9, come modificato dal decreto legislativo 44/2010).....	11
Tabella 10. RTTR - Affollamento pubblicitario giornaliero (Dlgs 177/05, art. 38, comma 9, come modificato dal decreto legislativo 44/2010).....	11
Tabella 11: TCA Trentino TV – Soggetti politici e istituzionali nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna. Tutte le edizioni...	13
Tabella 12: TCA Trentino TV – Soggetti politici e istituzionali nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna. Edizioni principali.	15
Tabella 13: TCA – Soggetti del pluralismo socio-culturale nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna. Tutte le edizioni.....	17
Tabella 14: TCA – Soggetti del pluralismo socio-culturale nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna. Edizioni principali.....	17
Tabella 15: TCA – Soggetti politici e istituzionali (escluso Governo nazionale e locale) secondo la variabile sesso nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di parola.....	18
Tabella 16: RTTR – Soggetti membri del Governo (nazionale e locale) secondo la variabile sesso nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di parola.	18
Tabella 17: TCA – Argomenti trattati dai soggetti sociali nei telegiornali: tempi di parola: Tutte le edizioni.....	19
Tabella 18: TCA – Argomenti trattati dai soggetti sociali nei telegiornali: tempi di parola: Edizioni principali.....	19
Tabella 21: TCA - Affollamento pubblicitario orario (Dlgs 177/05, art. 38, comma 9, come modificato dal decreto legislativo 44/2010).....	20
Tabella 22: TCA - Affollamento pubblicitario giornaliero (Dlgs 177/05, art. 38, comma 9, come modificato dal decreto legislativo 44/2010).....	20

INTRODUZIONE

1. Obiettivi del monitoraggio

L'indagine commissionata dal Comitato provinciale per le comunicazioni della Provincia autonoma di Trento all'Osservatorio di Pavia ha lo scopo di analizzare le trasmissioni di due emittenti locali trentine per verificare il rispetto della normativa sulla base delle aree di delega definite dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM). Le aree di monitoraggio hanno indagato aspetti relativi a:

1. **pluralismo socio-politico** nell'informazione;
2. **pubblicità**: rispetto delle norme relative alla trasmissione dei messaggi pubblicitari, con particolare attenzione all'affollamento, al posizionamento e ai divieti;
3. **tutela dei minori**: rispetto da parte delle emittenti delle disposizioni legislative in materia e dei codici di autoregolamentazione (Codice TV e *Minori* e Codice Media e Sport), come recepiti dal Testo Unico della Radiotelevisione (ora *Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*), modificato dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44;
4. **garanzie dell'utenza e tutela dei minori**: rispetto delle disposizioni legislative in materia, come declinate dalla normativa regolamentare adottata dall'Autorità (pornografia, dignità della persona, rappresentazione delle vicende giudiziarie);

2. Campione

Il campione è costituito da 2 emittenti, **RTTR** (Radio Tele Trentino Regionale) e **TCA** Trentino TV, monitorate nel corso della settimana dall'8 al 14 luglio 2013. Del campione scelto è stata analizzata l'intera programmazione in onda nelle ventiquattro ore.

3. Nota metodologica e presentazione dei risultati

Il monitoraggio comporta essenzialmente tre tipi di analisi:

1. un'analisi quantitativa sui notiziari per rilevare tempo di parola (durata dell'intervento in voce), tempo di notizia (durata della notizia sul soggetto) e tempo di antenna (durata complessiva di attenzione ottenuta dalla somma del tempo di parola e di quello di notizia) dei soggetti politici pertinenti per il **pluralismo politico-istituzionale** e di tutti i soggetti per il **pluralismo sociale**. Le categorie utilizzate nelle tabelle sul pluralismo sociale sono quelle suggerite dall'AGCOM, riportate per chiarezza in allegato.

2. Un'analisi quantitativa consistente nel calcolo della durata di tutte le **forme pubblicitarie** che concorrono all'affollamento orario¹. Il risultato finale di questo tipo di rilevazione consiste in una tabella che evidenzia, per ogni ora di trasmissione, la percentuale dedicata a tali forme pubblicitarie, permettendo di riscontrare le eccedenze (percentuali superiori al 25% orario), l'eventuale compensazione delle eccedenze nelle ore adiacenti e gli sforamenti che non hanno compensazione².
3. Un'analisi del contenuto dei programmi, alla luce della normativa in vigore nei tre ambiti sopra citati (garanzie dell'utenza, TV e minori, pubblicità) per verificare la regolarità. Tutte le **violazioni** riscontrate sono presentate in apposite tabelle, suddivise in base al tipo di norma violata, con l'indicazione degli estremi del programma in cui si verificano e di una sintetica descrizione dei contenuti critici.

Le schede di analisi e le categorie utilizzate sono consultabili negli *Allegati*.

¹ Le forme pubblicitarie che concorrono all'affollamento orario sono la pubblicità tabellare (spot, sovrimpressioni, sovrimpressioni animate o INLOGO), le sponsorizzazioni (inviti all'ascolto, Jingle e Billboard), i trailer isolati, le televendite di durata inferiore a 15 minuti e le telepromozioni di qualunque durata.

² Per eccedenza si intende una durata pubblicitaria superiore al 25% orario, con un margine di tolleranza del 2%, che deve però essere compensato nell'ora precedente o successiva.

RTTR

1. Pluralismo socio-politico

Tabella 1. RTTR – Soggetti politici e istituzionali nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna. Tutte le edizioni

Soggetti politici	TEMPO DI PAROLA			TEMPO DI NOTIZIA			TEMPO DI ANTENNA		
	V.A.	% sul totale soggetti pol.	% sul totale	V.A.	% sul totale soggetti pol.	% sul totale	V.A.	% sul totale soggetti pol.	% sul totale
Partito Democratico	32'36"	31,9%	18,5%	18'15"	20,5%	12,2%	50'51"	26,6%	15,6%
PATT - Partito Autonomista Trentino Tirolese	16'15"	15,9%	9,2%	8'52"	10,0%	5,9%	25'07"	13,1%	7,7%
Unione per il Trentino	14'23"	14,1%	8,2%	4'34"	5,1%	3,1%	18'57"	9,9%	5,8%
Forza Nuova	12'10"	11,9%	6,9%	7'40"	8,6%	5,1%	19'50"	10,4%	6,1%
Popolo della Libertà	7'11"	7,0%	4,1%	19'21"	21,8%	12,9%	26'32"	13,9%	8,2%
Federazione dei Verdi	7'10"	7,0%	4,1%	2'47"	3,1%	1,9%	9'57"	5,2%	3,1%
Lega Nord	5'18"	5,2%	3,0%	4'28"	5,0%	3,0%	9'46"	5,1%	3,0%
Civica Trentina	3'00"	2,9%	1,7%	0'25"	0,5%	0,3%	3'25"	1,8%	1,0%
Scelta civica con Monti per l'Italia	1'59"	1,9%	1,1%	1'54"	2,1%	1,3%	3'53"	2,0%	1,2%
Riformisti per l'Autonomia	1'00"	1,0%	0,6%	1'32"	1,7%	1,0%	2'32"	1,3%	0,8%
Italia dei valori-Lista Di Pietro	0'35"	0,6%	0,3%	2'45"	3,1%	1,8%	3'20"	1,7%	1,0%
Movimento 5 Stelle	0'32"	0,5%	0,3%	3'32"	4,0%	2,4%	4'04"	2,1%	1,2%
Centrosinistra Autonomista	0'00"	0,0%	0,0%	6'32"	7,4%	4,4%	6'32"	3,4%	2,0%
Sinistra Ecologia e Libertà	0'00"	0,0%	0,0%	2'50"	3,2%	1,9%	2'50"	1,5%	0,9%
Progetto Trentino	0'00"	0,0%	0,0%	2'10"	2,4%	1,4%	2'10"	1,1%	0,7%
Forza Trentino	0'00"	0,0%	0,0%	0'56"	1,1%	0,6%	0'56"	0,5%	0,3%
Fratelli d'Italia	0'00"	0,0%	0,0%	0'20"	0,4%	0,2%	0'20"	0,2%	0,1%
Totale	1h 42'09"	100,0%	58,0%	1h 28'53"	100,0%	59,4%	3h 11'02"	100,0%	58,7%

Soggetti istituzionali

Soggetti istituzionali locali

Presidenti delle giunte provinciali	7'09"			4,1%	5'22"		3,6%	12'31"		3,8%
Presidenti dei Consigli provinciali	0'00"			0,0%	0'00"		0,0%	0'00"		0,0%
Assessori provinciali	4'05"			2,3%	1'42"		1,1%	5'47"		1,8%
Presidenti delle giunte provinciali	9'25"			5,4%	9'34"		6,4%	18'59"		5,8%
Presidenti dei Consigli provinciali	2'15"			1,3%	1'20"		0,9%	3'35"		1,1%
Assessori provinciali	9'40"			5,5%	6'05"		4,1%	15'45"		4,8%
Sindaci	17'30"			9,9%	10'18"		6,9%	27'48"		8,5%
Presidenti dei Consigli comunali	0'00"			0,0%	0'00"		0	0'00"		0,0%
Assessori comunali	7'55"			4,5%	0'40"		0,4%	8'35"		2,6%
Totale	57'59"			33,0%	35'01"		23,4%	1h 33'00"		28,6%

Soggetti istituzionali nazionali	15'47"			9,0%	25'37"		17,2%	41'24"		12,7%
---	---------------	--	--	-------------	---------------	--	--------------	---------------	--	--------------

TOTALE COMPLESSIVO	2h 55'55"			100,0%	2h 29'31"		100,0%	5h 25'26"		100,0%
---------------------------	------------------	--	--	---------------	------------------	--	---------------	------------------	--	---------------

Tabella 2. RTTR – Soggetti politici e istituzionali nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna. Edizioni principali

Soggetti politici	TEMPO DI PAROLA			TEMPO DI NOTIZIA			TEMPO DI ANTENNA		
	V.A.	% sul totale soggetti pol.	% sul totale	V.A.	% sul totale soggetti pol.	% sul totale	V.A.	% sul totale soggetti pol.	% sul totale
Partito Democratico	9'03"	34,2%	25,2%	4'54"	23,0%	17,6%	13'57"	29,2%	21,9%
PATT - Partito Autonomista Trentino Tirolese	5'35"	21,1%	15,5%	3'40"	17,2%	13,2%	9'15"	19,4%	14,5%
Unione per il Trentino	4'29"	16,9%	12,5%	1'39"	7,8%	5,9%	6'08"	12,8%	9,6%
Forza Nuova	2'26"	9,2%	6,8%	1'34"	7,4%	5,6%	4'00"	8,4%	6,3%
Federazione dei Verdi	1'26"	5,4%	4,0%	0'37"	2,9%	2,2%	2'03"	4,3%	3,2%
Lega Nord	1'24"	5,3%	3,9%	0'55"	4,3%	3,3%	2'19"	4,9%	3,6%
Popolo della Libertà	1'05"	4,1%	3,0%	3'03"	14,3%	11,0%	4'08"	8,7%	6,5%
Civica Trentina	0'36"	2,3%	1,7%	0'05"	0,4%	0,3%	0'41"	1,4%	1,1%
Scelta civica con Monti per l'Italia	0'17"	1,1%	0,8%	0'24"	1,9%	1,4%	0'41"	1,4%	1,1%
Italia dei valori-Lista Di Pietro	0'07"	0,4%	0,3%	0'33"	2,6%	2,0%	0'40"	1,4%	1,0%
Centrosinistra Autonomista	0'00"	0,0%	0,0%	1'38"	7,7%	5,9%	1'38"	3,4%	2,6%
Progetto Trentino	0'00"	0,0%	0,0%	0'55"	4,3%	3,3%	0'55"	1,9%	1,4%
Sinistra Ecologia e Libertà	0'00"	0,0%	0,0%	0'34"	2,7%	2,0%	0'34"	1,2%	0,9%
Riformisti per l'Autonomia	0'00"	0,0%	0,0%	0'20"	1,6%	1,2%	0'20"	0,7%	0,5%
Forza Trentino	0'00"	0,0%	0,0%	0'13"	1,0%	0,8%	0'13"	0,5%	0,3%
Movimento 5 Stelle	0'00"	0,0%	0,0%	0'08"	0,6%	0,5%	0'08"	0,3%	0,2%
Fratelli d'Italia	0'00"	0,0%	0,0%	0'04"	0,3%	0,2%	0'04"	0,1%	0,1%
Totale	26'28"	100,0%	73,6%	21'16"	100,0%	76,4%	47'44"	100,0%	74,8%

Soggetti istituzionali

Soggetti istituzionali locali

Presidenti delle giunte provinciali	1'53"		5,2%	2'06"		7,5%	3'59"		6,2%
Presidenti dei Consigli provinciali	0'27"		1,3%	0'16"		1,0%	0'43"		1,1%
Assessori provinciali	1'56"		5,4%	1'13"		4,4%	3'09"		4,9%
Sindaci	2'38"		7,3%	0'49"		2,9%	3'27"		5,4%
Presidenti dei Consigli comunali	0'00"		0,0%	0'00"		0,0%	0'00"		0,0%
Assessori comunali	1'35"		4,4%	0'08"		0,5%	1'43"		2,7%

Totale	8'29"	23,6%	4'32"	16,3%	13'01"	20,4%
Soggetti istituzionali nazionali	1'00"	2,8%	2'03"	7,3%	3'03"	4,8%
TOTALE COMPLESSIVO	35'57"	100,0%	27'51"	100,0%	1h 3'48"	100,0%

Tabella 3. RTTR – Soggetti del pluralismo socio-culturale nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna. Tutte le edizioni

Categorie sociali	TEMPO DI PAROLA		TEMPO DI NOTIZIA		TEMPO DI ANTENNA	
	V.A.	% sul totale	V.A.	% sul totale	V.A.	% sul totale
PARTITI, MOVIMENTI POLITICI	1h 25'29"	22,3%	1h 18'02"	32,3%	2h 43'31"	26,2%
AMMINISTRATORI LOCALI	1h 21'03"	21,1%	49'13"	20,4%	2h 10'16"	20,8%
SINDACATI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	34'25"	9,0%	3'03"	1,3%	37'28"	6,0%
GENTE COMUNE	28'19"	7,4%	25'36"	10,6%	53'55"	8,6%
FORZE ARMATE E SICUREZZA PUBBLICA	19'42"	5,1%	3'00"	1,2%	22'42"	3,6%
GIUSTIZIA	18'52"	4,9%	5'13"	2,2%	24'05"	3,9%
MONDO ECONOMICO/FINANZIARIO	16'56"	4,4%	11'43"	4,9%	0 28'39"	4,6%
MONDO DELLO SPETTACOLO	16'29"	4,3%	1'54"	0,8%	18'23"	2,9%
SOGGETTI E ORGANI COSTITUZIONALI	15'47"	4,1%	25'37"	10,6%	41'24"	6,6%
MONDO DELLO SPORT	15'38"	4,1%	22'32"	9,3%	38'10"	6,1%
VATICANO E ALTRI SOGGETTI CONFENSIONALI	11'55"	3,1%	8'20"	3,5%	20'15"	3,2%
SOGGETTI DELLA CRONACA	11'10"	2,9%	0'10"	0,1%	11'20"	1,8%
MONDO DELLE PROFESSIONI	9'37"	2,5%	2'00"	0,8%	11'37"	1,9%
ESPERTI E MONDO DELLA SCIENZA	6'26"	1,7%	1'43"	0,7%	8'09"	1,3%
MONDO DELLA CULTURA	5'17"	1,4%	1'50"	0,8%	7'07"	1,1%
MONDO DELL'INFORMAZIONE	2'48"	0,7%	0'48"	0,3%	3'36"	0,6%
ISTITUZIONI PUBBLICHE	1'33"	0,4%	0'00"	0,0%	1'33"	0,2%
ASSOCIAZIONI DI SOGGETTI DI RILIEVO PER IL PLURALISMO SOCIALE	1'25"	0,4%	0'00"	0,0%	1'25"	0,2%
PROTAGONISTI SOCIALI	1'00"	0,3%	0'36"	0,2%	1'36"	0,3%
TOTALE	6h 23'51"	100,0%	4h 1'20"	100,0%	10h 25'11"	100,0%

Tabella 4. RTTR – Soggetti del pluralismo socio-culturale nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna. Edizioni principali

Categorie sociali	TEMPO DI PAROLA		TEMPO DI NOTIZIA		TEMPO DI ANTENNA	
	V.A.	% sul totale	V.A.	% sul totale	V.A.	% sul totale
PARTITI, MOVIMENTI POLITICI	20'16"	29,7%	16'19"	37,6%	36'35"	32,7%
AMMINISTRATORI LOCALI	15'59"	23,4%	10'11"	23,4%	26'10"	23,4%
SINDACATI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	6'09"	9,0%	0'00"	0,0%	6'09"	5,5%
GENTE COMUNE	5'36"	8,2%	7'27"	17,2%	13'03"	11,7%
FORZE ARMATE E SICUREZZA PUBBLICA	3'33"	5,2%	0'31"	1,2%	4'04"	3,6%
MONDO DELLO SPORT	2'58"	4,3%	4'33"	10,5%	7'31"	6,7%
MONDO DELLO SPETTACOLO	2'40"	3,9%	0'00"	0,0%	2'40"	2,4%
MONDO ECONOMICO/FINANZIARIO	2'18"	3,4%	1'51"	4,3%	4'09"	3,7%
SOGGETTI DELLA CRONACA	2'14"	3,3%	0'02"	0,1%	2'16"	2,0%
GIUSTIZIA	1'55"	2,8%	0'00"	0,0%	1'55"	1,7%
MONDO DELLE PROFESSIONI	1'08"	1,7%	0'00"	0,0%	1'08"	1,0%
SOGGETTI E ORGANI COSTITUZIONALI	1'00"	1,5%	2'03"	4,7%	3'03"	2,7%
VATICANO E ALTRI SOGGETTI CONFENSIONALI	0'53"	1,3%	0'09"	0,3%	1'02"	0,9%
MONDO DELL'INFORMAZIONE	0'42"	1,0%	0'12"	0,5%	0'54"	0,8%
ESPERTI E MONDO DELLA SCIENZA	0'39"	1,0%	0'08"	0,3%	0'47"	0,7%
ASSOCIAZIONI DI SOGGETTI DI RILIEVO PER IL PLURALISMO SOCIALE	0'17"	0,4%	0'00"	0,0%	0'17"	0,3%
TOTALE	1h 8'17"	100,0%	43'26"	100,0%	1h 51'43"	100,0%

Tabella 5. RTTR – Soggetti politici e istituzionali (escluso Governo nazionale e locale) secondo la variabile sesso nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di parola

Genere	Tutte le edizioni		Edizioni principali	
	V.A.	% sul totale	V.A.	% sul totale
Maschile	1h 34'24"	83,0%	24'55"	83,0%
Femminile	13'21"	17,0%	2'00"	17,0%
Totale	1h 47'45"	100,0%	26'55"	100,0%

Tabella 6. RTTR – Soggetti membri del Governo (nazionale e locale) secondo la variabile sesso nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di parola

Genere	Tutte le edizioni		Edizioni principali	
	V.A.	% sul totale	V.A.	% sul totale
Maschile	1h 6'45"	84,7%	9'02"	84,7%
Femminile	1'25"	15,3%	0'00"	15,3%
Totale	1h 8'10"	100,0%	9'02"	100,0%

Tabella 7. RTTR – Argomenti trattati dai soggetti sociali nei telegiornali: tempi di parola. Tutte le edizioni

Argomento	TEMPO DI PAROLA	
	V.A.	% sul totale
Politica e attività istituzionale	2h 15'28"	35,3%
Società (questioni sociali)	1h 1'01"	15,9%
Cronaca	51'47"	13,5%
Economia, finanza e lavoro	51'44"	13,5%
Cultura e istruzione	25'06"	6,5%
Sport	17'34"	4,6%
Mass media e spettacolo	16'29"	4,3%
Ambiente	11'25"	3,0%
Esteri	3'48"	1,0%
Giustizia	3'30"	0,9%
Costume e società	2'40"	0,7%
Medicina, salute e scienza	2'15"	0,6%
Religioni e questioni religiose	1'04"	0,3%
TOTALE	6h 23'51"	100,0%

Tabella 8. RTTR – Argomenti trattati dai soggetti sociali nei telegiornali: tempi di parola. Edizioni principali

Argomento	TEMPO DI PAROLA	
	V.A.	% sul totale
Politica e attività istituzionale	3'50"	46,6%
Economia, finanza e lavoro	10'28"	15,3%
Società (questioni sociali)	7'25"	10,9%
Cronaca	7'08"	10,4%
Sport	3'46"	5,5%
Cultura e istruzione	3'39"	5,3%
Mass media e spettacolo	2'40"	3,9%
Ambiente	1'04"	1,6%
Medicina, salute e scienza	0'17"	0,4%
TOTALE	1h 8'17"	100,0%

2. Affollamento pubblicitario orario e giornaliero

Non ci sono stati sforamenti dei tetti di affollamento orario e giornaliero:

Tabella 9. RTTR - Affollamento pubblicitario orario (Dlgs 177/05, art. 38, comma 9, come modificato dal decreto legislativo 44/2010)

Data	0-1	1-2	2-3	3-4	4-5	5-6	6-7	7-8	8-9	9-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23	23-24
8-lug-13	4,4	0,3	0,0	0,0	0,0	0,2	1,1	3,4	8,1	6,8	3,5	2,4	4,8	7,6	4,2	1,0	1,9	2,4	5,2	2,5	8,9	2,8	9,1	3,0
9-lug-13	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	3,0	6,8	5,8	0,0	0,8	4,5	22,5	0,2	0,0	0,0	2,2	6,7	16,6	13,7	4,9	19,9	5,6
10-lug-13	1,3	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	4,2	5,2	4,5	0,8	1,3	4,4	6,9	1,7	0,8	0,4	1,0	3,8	2,6	10,8	6,8	1,2	2,5
11-lug-13	8,5	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	3,4	6,2	5,2	0,7	1,2	4,7	9,4	1,6	0,0	0,4	2,5	5,0	5,7	23,9	9,4	11,7	11,0
12-lug-13	1,7	0,0	12,5	0,0	0,0	0,0	2,6	4,3	7,4	4,2	11,6	0,9	5,6	24,8	2,6	0,0	2,4	2,5	1,0	5,9	15,3	1,9	2,7	8,3
13-lug-13	1,0	0,8	0,8	0,0	2,1	0,0	3,3	3,6	4,2	5,4	2,6	0,0	3,9	8,8	2,6	1,8	2,2	1,6	6,5	2,8	12,0	3,8	6,4	5,8
14-lug-13	4,3	2,4	0,0	0,0	0,0	0,5	4,6	8,3	4,2	5,9	19,2	4,2	1,9	8,9	4,7	4,6	9,6	5,2	3,4	4,7	9,6	6,8	10,6	9,2

Tabella 10. RTTR - Affollamento pubblicitario giornaliero (Dlgs 177/05, art. 38, comma 9, come modificato dal decreto legislativo 44/2010)

Data	Programmazione non pubblicitaria	Programmazione pubblicitaria
8-lug-13	97%	3%
9-lug-13	95%	5%
10-lug-13	97%	3%
11-lug-13	95%	5%
12-lug-13	95%	5%
13-lug-13	97%	3%
14-lug-13	94%	6%

3. Violazioni della normativa

Non sono state rilevate violazioni nella settimana monitorata.

TCA – Trentino TV

1. Pluralismo socio-politico

Tabella 11: TCA Trentino TV – Soggetti politici e istituzionali nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna: Tutte le edizioni

Soggetti politici	TEMPO DI PAROLA			TEMPO DI NOTIZIA			TEMPO DI ANTENNA		
	V:A:	% sul totale soggetti poli:	% sul totale	V:A:	% sul totale soggetti poli:	% sul totale	V:A:	% sul totale soggetti poli:	% sul totale
Partito Democratico	57'02"	21,4%	13,6%	23'58"	8,8%	6,7%	1h 21'00"	15,0%	10,4%
Lega Nord	35'26"	13,3%	8,4%	35'25"	13,0%	9,8%	1h 10'51"	13,1%	9,1%
Civica Trentina	28'30"	10,7%	6,8%	1'36"	0,6%	0,4%	30'06"	5,6%	3,9%
PATT - Partito Autonomista Trentino Tirolese	19'12"	7,2%	4,6%	15'42"	5,7%	4,4%	34'54"	6,5%	4,5%
Federazione dei Verdi	17'30"	6,6%	4,2%	10'22"	3,8%	2,9%	27'52"	5,2%	3,6%
Popolo della Libertà	16'58"	6,4%	4,0%	38'26"	14,1%	10,7%	55'24"	10,3%	7,1%
Forza Nuova	15'49"	5,9%	3,8%	15'49"	5,8%	4,4%	31'38"	5,9%	4,1%
Unione per il Trentino	14'44"	5,5%	3,5%	13'56"	5,1%	3,9%	28'40"	5,3%	3,7%
Forza Trentino	14'40"	5,5%	3,5%	22'23"	8,2%	6,2%	37'03"	6,9%	4,8%
Italia dei valori-Lista Di Pietro	14'28"	5,4%	3,4%	0'26"	0,2%	0,1%	14'54"	2,8%	1,9%
Riformisti per l'Autonomia	12'12"	4,6%	2,9%	12'23"	4,5%	3,4%	24'35"	4,5%	3,2%
MIR - Moderati Italiani in Rivoluzione	10'48"	4,0%	2,6%	8'01"	2,9%	2,2%	18'49"	3,5%	2,4%
Scelta civica con Monti per l'Italia	9'32"	3,6%	2,3%	6'29"	2,4%	1,8%	16'01"	3,0%	2,1%
Centrosinistra Autonomista	0'00"	0,0%	0,0%	52'17"	19,1%	14,5%	52'17"	9,7%	6,7%
Progetto Trentino	0'00"	0,0%	0,0%	15'25"	5,6%	4,3%	15'25"	2,9%	2,0%
U:A:L. - Unione Autonomisti Ladini	0'00"	0,0%	0,0%	0'26"	0,2%	0,1%	0'26"	0,1%	0,1%
Altri	0'00"	0,0%	0,0%	0'24"	0,1%	0,1%	0'24"	0,1%	0,1%
Totale	4h 26'51"	100,0%	63,5%	4h 33'28"	100,0%	76,0%	9h 0'19"	100,0%	69,3%

Soggetti istituzionali

Soggetti istituzionali locali

Presidenti delle giunte provinciali	32'32"			7,7%	21'04"		5,9%	53'36"		6,9%
Presidenti dei Consigli provinciali	11'16"			2,7%	17'22"		4,8%	28'38"		3,7%
Assessori provinciali	52'32"			12,5%	9'07"		2,5%	1h 1'39"		7,9%
Sindaci	14'09"			3,4%	1'46"		0,5%	15'55"		2,0%
Presidenti dei Consigli comunali	0'00"			0,0%	0'00"		0	0'00"		0,0%
Assessori comunali	16'47"			4,0%	1'05"		0,3%	17'52"		2,3%

Totale	2h 7'16"			30,3%	50'24"		14,0%	2h 57'40"		22,8%
---------------	-----------------	--	--	--------------	---------------	--	--------------	------------------	--	--------------

Soggetti istituzionali nazionali	25'50"			6,2%	36'00"		10,0%	1h 1'50"		7,9%
---	---------------	--	--	-------------	---------------	--	--------------	-----------------	--	-------------

TOTALE COMPLESSIVO	6h 59'57"			100,0%	5h 59'52"		100,0%	12h 59'49"		100,0%
---------------------------	------------------	--	--	---------------	------------------	--	---------------	-------------------	--	---------------

Tabella 12: TCA Trentino TV – Soggetti politici e istituzionali nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna. Edizioni principali

	TEMPO DI PAROLA		TEMPO DI NOTIZIA		TEMPO DI ANTENNA	
	V:A:	% sul totale soggetti pol:	V:A:	% sul totale soggetti pol:	V:A:	% sul totale soggetti pol:
Partito Democratico	10'11"	29,6%	5'00"	12,1%	15'11"	20,0%
Lega Nord	6'03"	17,6%	4'55"	11,9%	10'58"	14,5%
PATT - Partito Autonomista Trentino Tirolese	3'56"	11,4%	5'05"	12,3%	9'01"	11,9%
Civica Trentina	3'11"	9,3%	0'10"	0,4%	3'21"	4,4%
Popolo della Libertà	2'27"	7,1%	4'49"	11,6%	7'16"	9,6%
Unione per il Trentino	2'00"	5,8%	2'32"	6,1%	4'32"	6,0%
Forza Trentino	1'20"	3,9%	2'20"	5,6%	3'40"	4,8%
Federazione dei Verdi	1'15"	3,6%	1'35"	3,8%	2'50"	3,7%
Forza Nuova	1'13"	3,5%	1'13"	2,9%	2'26"	3,2%
Italia dei valori-Lista Di Pietro	1'02"	3,0%	0'04"	0,2%	1'06"	1,5%
Riformisti per l'Autonomia	1'01"	3,0%	1'17"	3,1%	2'18"	3,0%
Scelta civica con Monti per l'Italia	0'44"	2,1%	0'28"	1,1%	1'12"	1,6%
Centrosinistra Autonomista	0'00"	0,0%	8'38"	20,8%	8'38"	11,4%
Progetto Trentino	0'00"	0,0%	3'04"	7,4%	3'04"	4,0%
Altri	0'00"	0,0%	0'12"	0,5%	0'12"	0,3%
U:A.L. - Unione Autonomisti Ladini	0'00"	0,0%	0'04"	0,2%	0'04"	0,1%
Totale	34'23"	100,0%	41'26"	100,0%	1h 15'49"	100,0%
Soggetti istituzionali						
Soggetti istituzionali locali						
Presidenti delle giunte provinciali	3'52"		3'08"		7'00"	6,7%
Presidenti dei Consigli provinciali	1'44"		1'40"		3'24"	3,2%
Assessori provinciali	6'23"		1'15"		7'38"	7,3%
Sindaci	2'06"		0'26"		2'32"	2,4%
Presidenti dei Consigli comunali	0'00"		0'00"		0'00"	0,0%
Assessori comunali	2'37"		0'05"		2'42"	2,6%

Totale		16'42"		31,6%	6'34"		12,7%	23'16"		22,2%
Soggetti istituzionali nazionali		1'52"		3,5%	3'42"		7,2%	5'34"		5,4%
TOTALE COMPLESSIVO		0 52'57"		100,0%	0 51'42"		100,0%	1h 44'39"		100,0%

Tabella 13: TCA – Soggetti del pluralismo socio-culturale nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna. Tutte le edizioni

Categorie sociali	TEMPO DI PAROLA		TEMPO DI NOTIZIA		TEMPO DI ANTENNA	
	V:A:	% sul totale	V:A:	% sul totale	V:A:	% sul totale
PARTITI, MOVIMENTI POLITICI	4h 531"	34,8%	4h 17'57"	63,9%	8h 23'28"	45,9%
AMMINISTRATORI LOCALI	2h 39'24"	22,6%	1h 5'55"	16,3%	3h 45'19"	19,9%
SINDACATI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	1h 22'17"	11,7%	14'09"	3,5%	1h 36'26"	8,7%
MONDO DELLA CULTURA	57'08"	8,1%	2'49"	0,7%	59'57"	5,4%
MONDO DELLO SPORT	50'04"	7,1%	1'22"	0,3%	51'26"	4,6%
GENTE COMUNE	37'59"	5,4%	2'10"	0,5%	40'09"	3,6%
SOGGETTI E ORGANI COSTITUZIONALI	25'50"	3,7%	36'00"	8,9%	1h 1'50"	5,6%
MONDO DELLE PROFESSIONI	20'34"	2,9%	2'10"	0,5%	22'44"	2,1%
MONDO DELLO SPETTACOLO	13'20"	1,9%	12'16"	3,0%	25'36"	2,3%
MONDO ECONOMICO/FINANZIARIO	12'34"	1,8%	9'07"	2,3%	21'41"	2,0%
TOTALE	11h 44'41"	100,0%	6h 43'55"	100,0%	18h 28'36"	100,0%

Tabella 14: TCA – Soggetti del pluralismo socio-culturale nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di notizia, parola e antenna: Edizioni principali

Categorie sociali	TEMPO DI PAROLA		TEMPO DI NOTIZIA		TEMPO DI ANTENNA	
	V:A:	% sul totale	V:A:	% sul totale	V:A:	% sul totale
PARTITI, MOVIMENTI POLITICI	32'27"	39,4%	38'12"	67,4%	1h 10'39"	50,8%
AMMINISTRATORI LOCALI	18'38"	22,6%	9'48"	17,3%	28'26"	20,5%
SINDACATI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	11'43"	14,2%	1'58"	3,5%	13'41"	9,8%
MONDO DELLO SPORT	4'43"	5,7%	0'07"	0,2%	4'50"	3,5%
MONDO DELLE PROFESSIONI	3'52"	4,7%	0'10"	0,3%	4'02"	2,9%
GENTE COMUNE	3'08"	3,8%	0'00"	0,0%	3'08"	2,3%
MONDO DELLA CULTURA	2'59"	3,6%	0'14"	0,4%	3'13"	2,3%
SOGGETTI E ORGANI COSTITUZIONALI	1'52"	2,3%	3'42"	6,5%	5'34"	4,0%
MONDO DELLO SPETTACOLO	1'40"	2,0%	1'16"	2,2%	2'56"	2,1%
MONDO ECONOMICO/FINANZIARIO	1'18"	1,6%	1'14"	2,2%	2'32"	1,8%
TOTALE	1h 22'20"	100,0%	56'41"	100,0%	2h 19'01"	100,0%

Tabella 15: TCA – Soggetti politici e istituzionali (escluso Governo nazionale e locale) secondo la variabile sesso nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di parola

Genere	Tutte le edizioni		Edizioni principali	
	V:A:	% sul totale	V:A:	% sul totale
Maschile	4h 5'55"	83,0%	32'49"	83,0%
Femminile	32'12"	17,0%	3'18"	17,0%
Totale	4h 38'07"	100,0%	36'07"	100,0%

Tabella 16: RTTR – Soggetti membri del Governo (nazionale e locale) secondo la variabile sesso nei telegiornali: valori assoluti e percentuali dei tempi di parola

Genere	Tutte le edizioni		Edizioni principali	
	V:A:	% sul totale	V:A:	% sul totale
Maschile	2h 1'20"	84,7%	13'20"	84,7%
Femminile	20'30"	15,3%	3'30"	15,3%
Totale	2h 21'50"	100,0%	16'50"	100,0%

Tabella 17: TCA – Argomenti trattati dai soggetti sociali nei telegiornali: tempi di parola: Tutte le edizioni

Argomento	TEMPO DI PAROLA	
	V:A:	% sul totale
Politica e attività istituzionale	4h 23'00"	37,3%
Economia, finanza e lavoro	2h 40'13"	22,7%
Ambiente	1h 20'51"	11,5%
Sport	1h 3'43"	9,0%
Cultura e istruzione	35'06"	5,0%
Società (questioni sociali)	32'54"	4,7%
Costume e società	29'02"	4,1%
Cronaca	24'00"	3,4%
Mass media e spettacolo	13'20"	1,9%
Altro	2'32"	0,4%
TOTALE	11h 44'41"	100,0%

Tabella 18: TCA – Argomenti trattati dai soggetti sociali nei telegiornali: tempi di parola: Edizioni principali

Argomento	TEMPO DI PAROLA	
	V:A:	% sul totale
Politica e attività istituzionale	33'02"	40,1%
Economia, finanza e lavoro	21'47"	26,5%
Ambiente	6'09"	7,5%
Sport	5'46"	7,0%
Società (questioni sociali)	5'29"	6,7%
Cultura e istruzione	3'59"	4,8%
Cronaca	3'12"	3,9%
Mass media e spettacolo	1'40"	2,0%
Altro	1'16"	1,5%
TOTALE	1h 22'20"	100,0%

2. Affollamento pubblicitario orario e giornaliero

Non ci sono stati sforamenti dei tetti di affollamento orario e giornaliero:

Tabella 19: TCA - Affollamento pubblicitario orario (Dlgs 177/05, art. 38, comma 9, come modificato dal decreto legislativo 44/2010)

Data	0-1	1-2	2-3	3-4	4-5	5-6	6-7	7-8	8-9	9-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23	23-24
8-lug-13	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	11,8	11,6	10,3	3,5	0,0	5,5	14,8	18,1	11,2	0,0	0,0	6,9	18,0	16,2	12,9	9,8	8,9	11,3
9-lug-13	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0	11,3	10,2	3,5	0,0	6,1	13,9	19,1	9,0	0,0	0,0	6,0	16,1	20,0	6,0	9,5	14,5	15,0
10-lug-13	2,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,7	12,0	10,3	2,1	1,3	0,0	14,0	10,2	20,0	0,0	0,0	6,0	18,5	15,7	7,8	9,5	12,9	15,5
11-lug-13	2,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	11,3	9,5	12,9	3,5	0,0	1,0	19,3	14,7	10,1	0,0	0,0	0,0	23,7	21,1	18,0	4,6	14,5	18,2
12-lug-13	6,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1	14,7	6,3	2,9	0,6	4,9	14,5	16,0	12,3	0,0	0,0	7,0	18,2	15,2	6,5	12,3	9,4	0,0
13-lug-13	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,2	8,8	11,8	3,5	0,0	4,7	14,6	10,8	13,3	0,0	0,0	6,1	16,3	18,4	7,6	14,6	4,9	18,2
14-lug-13	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1	10,7	10,6	3,5	0,0	8,0	10,1	12,4	13,2	0,0	0,0	6,8	13,9	20,6	8,2	8,4	5,2	0,0

Tabella 20: TCA - Affollamento pubblicitario giornaliero (Dlgs 177/05, art. 38, comma 9, come modificato dal decreto legislativo 44/2010)

Data	Programmazione non pubblicitaria	Programmazione pubblicitaria
8-lug-13	93%	7%
9-lug-13	93%	7%
10-lug-13	93%	7%
11-lug-13	92%	8%
12-lug-13	93%	7%
13-lug-13	93%	7%
14-lug-13	94%	6%

3. Violazioni della normativa

Non sono state rilevate violazioni nella settimana monitorata.

ALLEGATI

- ❖ Scheda di analisi riservata al calcolo dell'affollamento pubblicitario
- ❖ Scheda di analisi riservata alla rilevazione di violazioni
- ❖ Allegato alla scheda di analisi riservata alla rilevazione di violazioni: Elenco Violazioni
- ❖ Nota sul monitoraggio del pluralismo socio-politico

Scheda di analisi riservata al calcolo dell'affollamento pubblicitario

La regola generale è rilevare esclusivamente le pubblicità che concorrono al calcolo dei tetti pubblicitari³: Si possono accorpate i frammenti pubblicitari (ad esempio, si può inserire nella scheda la durata del blocco pubblicitario intero, anziché dei suoi singoli spot), ad eccezione di alcuni casi in cui, come si vedrà, è richiesta una separazione:

3 1. Pubblicità tabellare:

- SPOT, solitamente trasmessi in forma raggruppata nei break pubblicitari, talvolta come "spot isolati" della durata di 5/7 secondi. I trailer isolati (promozione di film in visione nelle sale) sono equiparati agli spot.
- Sovrimpressioni (o Esposizioni): marchio, generalmente, dello sponsor della manifestazione, appare per pochi secondi in un angolo dello schermo televisivo, sovrapposto al normale programma in corso, ed è generalmente preceduto da un segnale acustico.
- Sovrimpressione animata o IN-LOGO: pubblicità trasmessa in forma digitale in sovrimpressione al normale programma, in una fascia dello schermo.
- 2. Telepromozione: forma di pubblicità consistente nell'esibizione di prodotti o servizi, fatta dall'emittente televisiva nell'ambito di un programma. In pratica è la pubblicizzazione televisiva di prodotti immessi sul mercato attraverso i normali veicoli di distribuzione (negozi, grandi magazzini, ecc.).
- 3. Televendita: offerta diretta al pubblico trasmessa attraverso il mezzo televisivo allo scopo di fornire, dietro pagamento, beni o servizi. Sono calcolate nell'affollamento pubblicitario soltanto le televendite di durata inferiore ai 15 minuti. Le "finestre di televendita", blocchi di durata superiore ai 15 minuti, non concorrono, invece, all'affollamento.
- 4. Sponsorizzazioni: contributo di un'impresa pubblica o privata, non impegnata in attività televisive o di produzione di opere audiovisive, al finanziamento di programmi, allo scopo di promuovere il suo nome, il suo marchio, la sua immagine, le sue attività o i suoi prodotti, senza riferimenti specifici di carattere promozionale a tali attività o prodotti. Possono essere trasmesse sotto forma di inviti all'ascolto (I.A.), eventi di breve durata (5/7 secondi) in cui si invita lo spettatore alla visione del programma sponsorizzato:
 - Billboard d'inizio programma: posizionato immediatamente prima l'inizio di un programma;
 - Billboard di fine programma: posizionato immediatamente dopo la fine di un programma;
 - I.A. Promo: posizionato immediatamente prima dell'inizio o dopo la fine di un promo;
 - I.A. Jingle: posizionato in prossimità di un break trasmesso all'interno di programmi; l'inserzionista è lo sponsor del programma.

NON CONCORRONO, invece, all'affollamento pubblicitario, quindi NON VANNO RILEVATE, le seguenti forme pubblicitarie:

1. Citazione di inizio o di fine programma: è sempre un invito rivolto a visionare un programma o a ringraziare per aver assistito a un programma da parte di uno sponsor, ma:
 - non viene mai inquadrata la confezione del prodotto;
 - non c'è alcuna forma di promozione sonora, né visiva;
 - non viene esposta la scritta "Pubblicità".
2. Autopromozione: si divide in:
 - Promo: annunci dell'emittente relativi ad una imminente (nella stessa giornata) o ad una futura trasmissione di programmi televisivi;
 - Autopubblicità: annunci dell'emittente relativi a prodotti (collaterali) appartenenti allo stesso gruppo editoriale dell'emittente su cui lo spot viene trasmesso. (es. spot della Campagna abbonamenti Rai, spot del sito Web Mediasetonline, ecc.).
 - Inpromo: annuncio di un programma che si presenta come sovrimpressione animata.
3. Annuncio di servizio pubblico o campagne sociali: messaggi di pubblica utilità trasmessi allo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica relativamente ad argomenti di interesse sociale. Possono essere promossi da Enti statali o da altre Istituzioni pubbliche o private.
4. Messaggi pubblicitari facenti parte di iniziative promosse da istituzioni, enti, associazioni di categoria, produttori editoriali e librai, volte a sensibilizzare l'opinione pubblica nei confronti del libro e della lettura, trasmessi gratuitamente o a condizioni di favore.
5. Brevi messaggi pubblicitari rappresentati da anteprime di opere cinematografiche europee di prossima programmazione.
6. Contenitori di trailer.
7. Finestre di televendita: finestre della durata di almeno 15 minuti, nell'ambito della quale possono essere offerti anche più prodotti di diversa natura e marchio.

1: Ora progressiva - Dato che l'affollamento pubblicitario viene misurato per ogni singola ora, il primo elemento che si chiede di rilevare riguarda il progressivo dell'ora:

1. dalle 0:00 alla 1:00
2. dalla 1:00 alle 2:00
3. dalle 2:00 alle 3:00
4. dalle 3:00 alle 4:00
5. dalle 4:00 alle 5:00
6. dalle 5:00 alle 6:00
7. dalle 6:00 alle 7:00
8. dalle 7:00 alle 8:00
9. dalle 8:00 alle 9:00
10. dalle 9:00 alle 10:00
11. dalle 10:00 alle 11:00
12. dalle 11:00 alle 12:00
13. dalle 12:00 alle 13:00
14. dalle 13:00 alle 14:00
15. dalle 14:00 alle 15:00
16. dalle 15:00 alle 16:00
17. dalle 16:00 alle 17:00
18. dalle 17:00 alle 18:00
19. dalle 18:00 alle 19:00
20. dalle 19:00 alle 20:00
21. dalle 20:00 alle 21:00
22. dalle 21:00 alle 22:00
23. dalle 22:00 alle 23:00
24. dalle 23:00 alle 24:00

Se un blocco pubblicitario va in onda a cavallo tra due ore, bisogna spezzarlo in due parti e compilare due diversi record, in modo da attribuire a ogni ora il suo effettivo contenuto pubblicitario: Non si possono, quindi, accorpare le pubblicità ricadenti in ore differenti:

2: Tipo di pubblicità – Questa variabile serve esclusivamente a distinguere le diverse forme di pubblicità che concorrono all'affollamento orario e giornaliero:

1. pubblicità tabellare (spot, sovrimpressioni animate o INLOGO) o sponsorizzazioni (inviti all'ascolto, Jingle e Billboard escluse le mere citazioni)
2. telepromozioni (di qualunque durata) e teledurate di durata inferiore ai 15 minuti

Questi due tipi di pubblicità dovranno essere inseriti nella scheda (quindi calcolati) separatamente, anche se vanno in onda nel medesimo blocco pubblicitario:

3: Ora inizio: va inserita l'ora di inizio del break o del singolo frammento pubblicitario pertinente, basandosi sull'orario registrato in sovrimpressioni su DVD/VHS:

4: Ora fine: va inserita l'ora di fine del break o del singolo frammento pubblicitario pertinente, basandosi sull'orario registrato in sovrimpressioni su DVD/VHS:

5: Durata: la durata va scritta in secondi: Nella maggior parte dei casi, gli spot e le altre forme pubblicitarie fanno parte di blocchi: Per il calcolo della durata del blocco è necessario considerare la durata delle eventuali forme pubblicitarie non soggette al calcolo dell'affollamento:

Esempio: nel caso di un blocco pubblicitario così costituito:

1. spot – 15 secondi
2. spot – 15 secondi
3. trailer singolo – 30 secondi
4. campagna sociale – 15 secondi
5. spot – 15 secondi

verrà compilato un primo record relativo ai primi 3 spot per una durata di 60 secondi; un secondo record per la campagna sociale (esclusa dall'affollamento); e infine un terzo record per l'ultimo spot di 15 secondi:

6: Numero di spot: è necessario ogni volta specificare il numero di spot (o altre pubblicità assimilate) che fanno parte del break rilevato, contando soltanto quelli che concorrono all'affollamento pubblicitario (e di cui, quindi, è stata calcolata la durata):

Nell'esempio precedente, il numero di spot è pari a 4, dal momento che la campagna sociale non è stata conteggiata nella durata:

Scheda di analisi riservata alla rilevazione di violazioni

La scheda va compilata soltanto nei casi in cui si riscontrino violazioni, irregolarità o comunque elementi critici da sottoporre all'attenzione del Corecom. Per ognuno di questi programmi deve essere compilata una scheda:
Per individuare le violazioni, l'analista deve basarsi sull'allegato "Elenco violazioni", una lista di 46 situazioni che si configurano come violazioni della normativa su Tv e Minori, sulle Garanzie dell'utenza o sulla Pubblicità:

- 1: **Data di trasmissione:** inserire la data
 2: **Rete:** inserire il nome della rete
 3: **Titolo programma:** inserire il titolo (nel caso delle serie, inserire sia il titolo della serie sia quello dell'episodio)

4: **Tipologia programma:**

<i>informazione</i>		<i>Intrattenimento e fiction</i>	<i>Altro</i>		<i>Pubblicità</i>
1:	Notiziari	11: Giochi	21:	Programmi o funzioni religiose	31: Televendita
2:	Programmi dibattito/approfondimento	12: Talk show	22:	Videoclip	32: Spot
3:	Rubriche di attualità	13: Varietà, programmi musicali, ecc.	23:	Contenitori di trailer	33: Telepromozione
4:	Documentari	14: Opere teatrali, liriche e musicali	24:	Programmi di propaganda servizi audiotex-videotex (tipo hot-line)	34: Trailer
5:	Informazione/manifestazioni sportive	15: Opere cinematografiche	25:		35: Promo di rete o autopromozione
10:	Altra informazione	16: Film tv	26:		36: Sovrimpressione
		17: Altra fiction (telem, soap, telenovelas, sit-com, ecc.)	27:		37: Sponsorizzazione
		18: Cartoni animati per bambini	28:		38: Campagna sociale o messaggio di pubblica utilità
		19: Intrattenimento per minori			
		20: Altro intrattenimento			

- 5: **Orario di messa in onda:** inserire l'ora di inizio:
 6: **Ora di fine programma:** inserire l'ora di fine:
 7: **Fascia oraria:**
 1: Fascia protetta (16:00-19:00)
 2: Tv per tutti (7:00-16:00 e 19:00-22:30)
 3: Notturna (22:30-7:00)

- 8: Divieti:**
1: V:M: 14 anni
2: V:M: 18 anni
3: Nessun divieto
- 9: Idonei sistemi di segnalazione o avvisi del conduttore che informano del grado di problematicità del programma o della notizia:**
1: Presenti
2: Assenti
3: N.R.
- 10: Norma giuridica che si presume violata:**
Inserire qui uno o più codici, deducendoli dall'allegato "Elenco violazioni":
- 11: Osservazioni:**
Aggiungere qualunque osservazione utile a descrivere la criticità della situazione e a chiarire il tipo di violazione riscontrata:

Allegato alla scheda di analisi riservata alla rilevazione di violazioni: Elenco Violazioni

Legenda

- I punti evidenziati in **giallo** sono da considerarsi violazioni **SEMPRE**, 24 ore su 24:
- I punti evidenziati in **arancione** sono da considerarsi violazioni **tra le ore 7:00 e le ore 22:30** (quindi **NON SONO** violazioni nella fascia notturna, tra le 22:30 e le 7:00)
- I punti evidenziati in **azzurro** sono da considerarsi violazioni **solo in fascia protetta**, tra le 16:00 e le 19:00:

Tutti i programmi

- 1** Discriminazioni di etnia, sesso, religione o nazionalità, incitamenti all'odio comunque motivato, offese alla dignità della persona, alle convinzioni religiose ed ideali:
- 2** Assenza di segnalazione di chiara evidenza sulla non adeguatezza della visione da parte del pubblico dei minori, all'inizio del programma e dopo ogni interruzione pubblicitaria:
- 3** Trasmissioni che possono nuocere allo sviluppo e all'equilibrio fisico, psichico o morale dei minori
- 4** Trasmissioni che presentano scene di violenza gratuita o insistita o efferata, o sequenze particolarmente crude o brutali, tali da poter incidere negativamente sulla sensibilità dei minori:
- 5** Trasmissioni che presentano scene pornografiche, o immagini di sesso non effettivamente necessarie alla comprensione dei contenuti, o tali da poter incidere negativamente sulla sensibilità dei minori:
- 6** Presenza di turpiloquio e scurrilità:
- 7** Presenza di scene che possano creare nello spettatore minore turbamento o forme imitative pregiudizievoli per la salute e la sicurezza, enfaticizzazione dei particolari di cronaca che possano provocare effetti di suggestione o emulazione (ad esempio nel caso di comportamenti lesivi o autolesivi, suicidi, gesti inconsulti, fughe da casa, microcriminalità, ecc., posti in essere da minorenni):

Eccezioni: in casi di straordinario valore sociale o informativo la trasmissione di notizie, immagini e parole particolarmente forti e impressionanti è consentita, purché il giornalista avvisi gli spettatori che si tratta di contenuti e immagini non adatte ai minori:

- 8 Interviste a minori autori, testimoni o vittime di reati** (o comunque coinvolti in fatti di cronaca, anche non aventi rilevanza penale, ma lesivi della loro personalità e dignità) o **diffusione di elementi diretti o indiretti che consentano di identificarli** (immagini e generalità del minore, generalità dei genitori, indirizzo dell'abitazione, comune di residenza nel caso di piccoli centri, indicazione della scuola frequentata, ecc.):
- 9 Interviste a minori in situazione di grave crisi** (ad esempio fughe da casa, tentati suicidi, strumentalizzazioni da parte della criminalità adulta, prostituzione, genitori carcerati o pentiti) o **diffusione di elementi che consentano di identificarli**, salvo che questo sia nell'interesse oggettivo del minore:
L'obbligo di anonimato si applica anche ai casi di affidamento o adozione e a quelli di genitori separati o divorziati, per non incidere sull'armonico sviluppo della personalità:
- 10 Partecipazione di minori a trasmissioni in contesti di conflitti familiari** (ossia ove si discuta del loro affidamento a un genitore o all'altro, della loro adozione, della condotta più o meno dannosa di un genitore):
Anche in assenza di minori, tali conflitti non vanno usati come spettacolo creando turbamento nei minori, preoccupati per la stabilità affettiva delle relazioni con i loro genitori:
- 11 Interferenze arbitrarie o illegali nella privacy del minore** e forme di mancato rispetto della sua dignità personale, dell'immagine, dell'equilibrio psicofisico, del diritto a un armonico sviluppo della personalità, a prescindere dall'eventuale consenso dei genitori:
- 12 Trattazione di argomenti scabrosi in presenza di minori, coinvolgimento di minori di anni 14 in argomenti o immagini di contenuto volgare, licenzioso:**
- 13 Sfruttamento di minori malati, feriti o disabili** per propagandare terapie in forma sensazionalistica o per qualsiasi altra ragione che sia in contrasto con i loro diritti e che non tenga conto della loro dignità:
- 14 Presenza di minori utilizzati in grottesche imitazioni degli adulti**, ossia in situazioni che li ridicolizzino e che possano ledere, in qualche modo, la loro dignità:
- 15 Uso di minori per richieste di denaro o elargizioni:**
- 16 Nei programmi sportivi:** mancato rispetto dei principi di legalità, correttezza, rispetto della dignità altrui; ricorso a espressioni minacciose o ingiuriose nei confronti di atleti, squadre, tifosi avversari, arbitri, giornalisti; organizzatori di eventi sportivi; assenza di una corretta informazione su reati commessi in occasione di eventi sportivi e mancata stigmatizzazione da parte del conduttore di tali reati e di condotte lesive dell'integrità fisica e della dignità delle persone e dei beni pubblici:

Fiction (film, film tv, telefilm, soap opera, telenovela, sit-com, cartoni animati)

- 17** Film ai quali sia stato negato il nulla osta per la proiezione in pubblico oppure siano stati vietati ai minori di 18 anni
- 18** Film vietati ai minori di 14 anni (tra le 7 e le 22:30)
- 19** Programmi audiotex o videotex di tipo interattivo (linea diretta conversazione, messaggere vocali, chat line, one to one, hot line (vietati tra le 7 e le 24)

Altri generi di programma

Pubblicità (contenuti)

- 20** Non riconoscibilità del messaggio pubblicitario
- 21** Pubblicità contenente parodie o imitazioni di programmi, prima o dopo i programmi stessi o durante le loro interruzioni
- 22** Presentazione di televendite da parte dello stesso conduttore del programma nello stesso contesto scenico
- 23** Pubblicità che fa richiamo a presentatori di TG o rubriche di attualità
- 24** Sponsorizzazione di notiziari
- 25** Sponsorizzazione di programmi all'interno di contenitori in misura superiore a uno per ora:
- 26** Pubblicità di sigarette o tabacco
- 27** Pubblicità che incoraggiano comportamenti pregiudizievole per la salute o la sicurezza o per la protezione dell'ambiente

- 28** Pubblicità di medicinali e cure mediche che necessitano di prescrizione medica; farmaci la cui promozione si rivolge esclusivamente o prevalentemente ai bambini o induce i minori a utilizzare il prodotto senza adeguata sorveglianza
- 29** Pubblicità di alcolici che si rivolgono direttamente ai minori o che offrono una rappresentazione negativa dell'astinenza e della sobrietà da alcol, tabacco o stupefacenti o una rappresentazione della loro assunzione come ragione di successo o di particolari prestazioni, o come capace di risolvere conflitti psicologici:
- 30** Pubblicità di superalcolici e alcolici nei programmi rivolti ai minori e nei blocchi pubblicitari immediatamente precedenti o successivi:
- 31** Personaggi di cartoni animati utilizzati in spot pubblicitari adiacenti ai cartoni stessi
- 32** Televendite di lotto/cartomanzia che utilizzano numerazioni telefoniche per la fornitura di servizi a sovrapprezzo:
- 33** Spot che pubblicizzano servizi di cartomanzia, astrologia e pronostici di lotto, enalotto, ecc, facendo riferimento a servizi telefonici a sovrapprezzo senza adeguata informativa, oppure che traggono in inganno il pubblico su contenuto ed effetti dei beni e servizi offerti, oppure che presentano forme di sfruttamento di superstizione, credulità e paura:
- 34** Televendite di lotto/cartomanzia (vietate dalle 7 alle 23);
- 35** Pubblicità di numerazioni telefoniche relative a servizi a sovrapprezzo a carattere di intrattenimento
- 36** Pubblicità di superalcolici
- 37** Spot di astrologia, cartomanzia, lotto e simili
- 38** Promozione di film e trasmissioni in onda sulla rete, non adatti ai minori (vietati o comunque turbativi):
- 39** Trailer di film destinati alle sale cinematografiche, non adatti ai minori (vietati o comunque turbativi):

Pubblicità (posizionamento)

- 40** Presenza di interruzioni pubblicitarie durante i cartoni animati:
- 41** Presenza di interruzioni pubblicitarie durante le funzioni religiose:
- 42** Presenza di interruzioni pubblicitarie all'interno di programmi per bambini di durata programmata inferiore a trenta minuti⁴:
- 43** Interruzioni di competizioni sportive suddivise in tempi distinti, con un numero di spot superiori a 6 o con interruzione dell'azione sportiva⁵:
- 44** Interruzione di opere teatrali, liriche e musicali in misura superiore a quanto consentito dalla loro durata⁶:
- 45** Presenza di interruzioni pubblicitarie superiori al limite consentito (1 interruzione per periodo programmato di 30 minuti) all'interno dei seguenti programmi: notiziari, lungometraggi cinematografici, film prodotti per la televisione (ad esclusione di serie, romanzi a puntate e documentari) e programmi per bambini: In generale, **presenza di interruzioni pubblicitarie che pregiudicano l'integrità dei programmi:**
- 46** **Irregolarità nelle sponsorizzazioni e nell'inserimento di prodotti:** In particolare: stimoli all'acquisto di prodotti e servizi dello sponsor; specifici riferimenti promozionali ai prodotti inseriti; influenze che portano alla compromissione dell'autonomia editoriale; sponsorizzazione di notiziari; inserimento di prodotti nei programmi per bambini; evidenza del logo dello sponsor nei programmi per bambini, nei documentari e nei programmi religiosi; inserimento di prodotti in programmi non consentiti, oppure in programmi prodotti o commissionati dal fornitore di servizi di media audiovisivi (o da società da esso controllata), senza informarne i telespettatori mediante avvisi all'inizio e alla fine della trasmissione, nonché alla ripresa dopo un'interruzione pubblicitaria:

⁴ Per durata programmata si intende il tempo di trasmissione compreso tra l'inizio della sigla di apertura e la fine della sigla di chiusura del programma al lordo della pubblicità inserita.

⁵ Nella trasmissione di eventi sportivi, la pubblicità e gli spot di televendita possono essere inseriti negli intervalli previsti dal regolamento ufficiale della competizione sportiva in corso di trasmissione o negli arresti di gioco suscettibili di essere aggiunti alla durata regolamentare del tempo, ove l'inserimento del messaggio pubblicitario non interrompa l'azione sportiva (es. sostituzioni di giocatori, accertamento di infortuni, ecc.), e sempre che gli spot pubblicitari e di televendita isolati siano in numero non superiore a sei nei tempi regolamentari.

⁶ Le interruzioni pubblicitarie nelle opere teatrali, nelle opere liriche e musicali possono essere inserite, oltre che nelle pause o tra un tempo e l'altro, anche negli intervalli naturali delle stesse e in modo tale da non pregiudicare l'integrità.

Se si tratta di trasmissioni destinate unicamente al territorio nazionale, ad eccezione delle trasmissioni effettuate in interconnessione, sono consentite, oltre a quelle inserite nelle pause naturali, anche due interruzioni per ogni atto o tempo indipendentemente dalla sua durata. Le opere di durata compresa tra i 90-109 minuti possono essere interrotte 2 volte per ogni atto o tempo. Le opere di durata superiore a 110 minuti possono essere interrotte 3 volte oltre a 1 ulteriore interruzione per ogni periodo di 30 minuti.

Nota sul monitoraggio del pluralismo socio-politico

Ai fini del monitoraggio, secondo i criteri Agcom di cui all'Appendice 1 Allegato C del Manuale di procedure operative Agcom, vengono considerati **oggetti politici** le formazioni politiche e i singoli esponenti politici:

- Per **formazioni politiche** si intendono: gli schieramenti; i partiti; le liste civiche; i movimenti politici;
- Per **singoli esponenti politici** si intendono: gli esponenti di formazioni politiche; gli esponenti non ascrivibili a formazioni politiche definite e individuabili: Tali esponenti vengono raggruppati nella categoria "Altri" prevista nell'elenco dei soggetti politici:

Sono considerati **esponenti di formazioni politiche**: gli eletti a livello nazionale e locale; coloro che si collocano ai livelli organizzativi e funzionali delle formazioni politiche; gli esponenti qualificati, ossia esponenti che, sebbene non eletti e non collocabili ai livelli organizzativi e funzionali delle formazioni politiche, rivestono posizioni di rilievo in termini di influenza all'interno di una formazione politica; i simpatizzanti, i militanti, gli iscritti:

La lista dei soggetti politici è "aperta", suscettibile di variazioni, in quanto segue i cambiamenti del quadro politico; ogni eventuale modifica e/o integrazione avviene solo quando i cambiamenti (nascita di nuovi gruppi, nascita di liste elettorali, diverse denominazioni o sigle, scissioni, etc.) sono pubblici e ufficiali:

Per la rilevazione dei tempi relativi ad esponenti politici con cariche istituzionali, si adottano i seguenti criteri:

- 1) nel caso in cui l'esponente politico con cariche istituzionali partecipa a manifestazioni di partito, il suo tempo viene attribuito al partito;
- 2) se l'esponente politico interviene in qualità della carica istituzionale che ricopre, il tempo è attribuito al soggetto istituzionale:

Ai fini del monitoraggio, sempre secondo i criteri Agcom di cui all'Appendice 1 Allegato C del Manuale citato, si considerano **oggetti istituzionali**: i soggetti nazionali; i soggetti locali:

- **Soggetti nazionali** sono: il Presidente della Repubblica; il Presidente del Consiglio; il Presidente del Senato; il Presidente della Camera; il Governo (comprende ministri e sottosegretari); l'Unione Europea (comprende gli esponenti italiani ai vertici degli organismi dell'Unione Europea e membri italiani della commissione Europea):

- **Soggetti locali** sono: il Presidente della Giunta regionale; il Presidente del Consiglio regionale; gli Assessori regionali; i Presidenti delle Giunte provinciali; i Presidenti dei Consigli provinciali; gli Assessori provinciali; i Sindaci; i Presidenti dei Consigli comunali; gli Assessori comunali:

I soggetti politici che ricoprono altre cariche, oltre quelle politiche, vengono sempre rilevati, qualunque sia l'argomento da loro trattato:

Se il soggetto politico appare in televisione per l'assolvimento del suo ruolo, gli viene assegnata l'attribuzione partitica (con la quale il soggetto viene rilevato nelle tabelle del pluralismo politico) e, contestualmente, la categoria dei soggetti del pluralismo sociale "Partiti, movimenti politici, esponenti di partiti italiani" con la quale il soggetto viene classificato nelle tabelle del pluralismo sociale:

Per il **pluralismo sociale** sono stati classificati tutti i soggetti rilevati in base alle macro e micro categorie di soggetti sociali: proposta dall'AGCOM:

Le categorie di **oggetti sociali** (macro e micro) utilizzate sono:

1: SOGGETTI SOVRANAZIONALI

Onu, Nato

Altri soggetti sopranazionali (es: OMS)

Diplomatici

2: UNIONE EUROPEA

Unione Europea

Commissione Europea

Parlamento europeo

Partiti e movimenti europei
Consiglio europeo
BCE
Altro

3: SOGGETTI E ORGANI COSTITUZIONALI

Presidente della Repubblica
Presidente del Senato
Vicepresidenti del Senato
Presidente della Camera
Vicepresidenti della Camera
Presidente del Consiglio
Governo/Ministri/Sottosegretari
Corte Costituzionale
Commissioni (Parlamentari, Giunte etc...)
Commissione Parlamentare di Vigilanza
Parlamento
Apparati e funzionari dei soggetti costituzionali
Ministeri e dipartimenti
CNEL
Altro

4: ISTITUZIONI PUBBLICHE E ORGANISMI NAZIONALI

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni
Antitrust
Altre Autorità indipendenti e di garanzia
Commissari straordinari
Corpo Diplomatico
Istat, CNR, Istituto Superiore di Sanità, INPS, etc:
Corte dei conti
Altro

5: SOGGETTI POLITICO – ISTITUZIONALI NON ITALIANI

Capi di Stato
Sovrani
Capi di Governo/Ministri
Partiti e Movimenti
Altro

6: PARTITI, MOVIMENTI POLITICI, ESPONENTI DI PARTITO ITALIANI

Senatori a vita
Partiti/Esponenti di partito
Candidati
Movimenti politici (no tav, no global, etc...)
Comitati/Associazioni/ Organismi collettivi (Referendum)

7: AMMINISTRATORI LOCALI

Amministratori di Regioni e coordinamento delle Regioni
Amministratori di Comuni, Province, Consorzi, Anci, Upi, ecc...:
Dirigenti/dipendenti di Regioni
Dirigenti/dipendenti di Comuni, Province, Consorzi, Anci, Upi, etc...:
Altro

8: GIUSTIZIA

Consiglio Superiore della magistratura
Magistrati
Avvocati
Giudici di pace
Dirigenti Istituti di pena
Corfe di cassazione
Consiglio di Stato
TAR
Altro

9: FORZE ARMATE E SICUREZZA PUBBLICA

Esercito, Marina, Aeronautica, carabinieri
Guardia di Finanza
Prefetti
Polizia
Vigili del fuoco, Guardie forestali, Guardie carcerarie, etc:
Protezione civile (anche C:R:i: e altre Associazioni di volontariato della
Protezione civile)
Vigilanza (vigilantes)
Altro

10: VATICANO E ALTRI SOGGETTI CONFENSIONALI

Vaticano e Chiesa cattolica
Soggetti ed esponenti della religione ebraica
Soggetti ed esponenti della religione musulmana
Altri soggetti confessionali

11: ASSOCIAZIONI DI SOGGETTI DI RILIEVO PER IL PLURALISMO SOCIALE

Associazionismo ambientalista
Associazionismo per la solidarietà sociale
Associazionismo per la difesa dei diritti
Associazionismo per la tutela dei consumatori
Associazionismo per la tutela degli immigrati, minoranza etniche e linguistiche, etc:
Associazioni e movimenti cattolici
Esponenti di movimenti, associazioni di base, centri sociali
Altro

12: PROTAGONISTI SOCIALI

Anziani
Bambini
Giovani
Disabili
Immigrati, extracomunitari
Minoranze etniche e linguistiche
Donne
Altro

13: MONDO ECONOMICO/ FINANZIARIO

Esponenti mondo economico/finanziario
Imprenditoria/Imprenditori/Industriali/Autostrade)
Banche/Istituti di credito e risparmio
Dirigenti e dipendenti di aziende a partecipazione statale (Alitalia, Enel, Ferrovie)
Operatori finanziari e assicuratori
Operatori turistici
Banca d'Italia
Altro

14: SINDACATI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Vertici sindacali

Sindacati autonomi

Base sindacale

Movimenti sindacali

Confindustria,

Confagricoltura, Confesercenti, Confartigianato, Confcommercio, CNA, etc...:

Sindacati di categoria

Altro

15: MONDO DELL'INFORMAZIONE

Gruppi editoriali/Emittenti (Televisioni e Radio)

Gruppi editoriali/Testate (Stampa)

Giornalisti, vignettisti

Rai

Mediaset

Aeranti-Corrallo

FRT

Associazioni di categoria

FNSI

FIEG

Altro

16: MONDO DELLE PROFESSIONI

Artigiani, commercianti, esercenti

Informatici/Operatori web

Insegnanti

Medici, Paramedici, Farmacisti, Psicoterapeuti

Operatori ambientali

Professioni tecnico-scientifiche

Associazioni di categoria

Altro

17: ESPERTI E MONDO DELLA SCIENZA

Ricercatori ed esperti degli Istituti di ricerca

Docenti universitari, Esponenti del mondo universitario

Accademia dei Lincei e altre accademie

Altro

18: MONDO DELLA CULTURA

Artisti, scrittori
Operatori culturali
Club, associazioni, fondazioni
Altro

19: MONDO DELLO SPETTACOLO

Autori cinematografici, televisivi, critici, registi
Attori, cantanti, musicisti
Conduttori
Show girl/man
Tecnici
Club, associazioni e fondazioni
Altro

20: MONDO DELLO SPORT

Sport e sportivi
Organizzazioni e associazioni sportive
Altro

21: SOGGETTI DELLA CRONACA

Indiziati
Detenuti
Terroristi e gruppi terroristici
Vittime e testimoni
Familiari delle vittime
Altro

22 GENTE COMUNE

Intervistati
Altro

Le categorie di argomenti utilizzate sono:

- 1: Politica e attività istituzionale (attività di partiti, elezioni, amministrazioni locali, attività istituzionali)
- 2: Esteri (politica e cronaca dall'estero)
- 3: Cronaca (cronaca giudiziaria, nera e altre notizie di cronaca)
- 4: Costume e società (cronaca rosa, curiosità, turismo, etc...)
- 5: Mass media e spettacolo (informazione, mass media e nuove tecnologie, programmi tv, etc.)
- 6: Cultura e istruzione (beni culturali, scuola, Università, etc.)
- 7: Giustizia (dibattito sulla giustizia, questioni inerenti ai processi, alle carceri, etc...)
- 8: Economia, finanza e lavoro (economia, occupazione/disoccupazione, etc.)
- 9: Società (questioni riguardanti soggetti "deboli", droga, infanzia, famiglia, condizione giovanile, questioni femminili, anziani, immigrazione, criminalità organizzata, iniziative di carattere sociale, razzismo, pedofilia, etc.)
- 10: Ambiente (ecologia, inquinamento, calamità naturali e antropiche, etc.)
- 11: Medicina, salute e scienza (questioni bio-etiche, etc.)
- 12: Religioni e questioni religiose
- 13: Sport
- 14: Informazioni di servizio (previsioni del tempo, viabilità, rassegna stampa, servizio, etc.)
- 15: Altro