

CAMERA DEI DEPUTATI N. 1026

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

BATTISTUZZI, MARCUCCI, SGARBI

Norme per la disciplina dei sondaggi di opinione

Presentata il 16 giugno 1992

ONOREVOLI COLLEGHI! — Nuovi e più sofisticati mezzi di informazione, tempi veloci di comunicazione, selezione di campioni sociali più rispondenti alle reali tendenze di opinione hanno fatto sì che negli ultimi anni tecniche di indagine sociale si travasassero massicciamente dal settore del *marketing* a quello della partecipazione politica.

È forse presto per chiedersi se vivremo una nuova democrazia, quella legata ai sondaggi in una forma di riscontro diretto che condiziona giorno per giorno le scelte degli eletti e che tende a trasformare in massa un numero ristretto di cittadini elettori.

Scopo della presente proposta di legge non è il vietare la pubblicazione di sondaggi poiché essi, anche se talvolta risultano smentiti dai fatti, rientrano nella libertà di informazione e di iniziative imprenditoriali. Esiste, però, un rischio professionale e di cui sono stati vittime tutti

i maggiori e più accreditati istituti specializzati del settore.

Nostro scopo è evitare che la facilmente manipolabile « democrazia per campione » si trasformi in una incontrollabile forma di plagio democratico, reso più pericoloso dall'amplificazione dei *mass-media* e dall'essere il cittadino di oggi immediatamente raggiungibile quale che sia la sua perifericità all'interno del « villaggio globale ».

Sono tecnicamente e scientificamente affidabili, inoltre, i sondaggi di opinione? Alcuni indubbiamente lo sono, ma l'abitudine invalsa di accompagnare inchieste giornalistiche e spettacoli radiotelevisivi all'esibizione di sondaggi mirati su gusti e prodotti ha fatto sì che la proliferazione quotidiana di queste campionature giocasse a detrimento della loro attendibilità. Alla radio e alla televisione vengono annunciati sondaggi che si arrogano il diritto di interpretare i gusti degli italiani

e che sono completamente privi del più elementare criterio selettivo nel registrare le tendenze.

C'è in noi il timore, quindi, non del sondaggio che è ormai parte integrante del nostro vivere democratico, ma (articolo 1) che la mancanza di garanzie e serie ricerche di opinione lo lascino trasformarsi sempre più da mezzo di registrazione delle tendenze a mezzo di condizionamento del complesso processo di formazione delle opinioni di massa.

Per questo abbiamo previsto, a similitudine di esperienze legislative straniere che sono state in parte anche ritoccate, alcune regole fondamentali di correttezza e completezza da cui dovrà dipendere il rendere pubblico il risultato dei sondaggi di opinione.

Anche se in Italia, al momento, non si è ancora pervenuti ai sistemi anglosassoni di *exit polls* che proiettano i risultati elettorali durante le operazioni di voto fino alla proclamazione certa del voto di tendenza prima della chiusura delle urne e che condizionano fortemente la scelta dell'elettore, pur tuttavia (articolo 2) abbiamo ritenuto opportuno prevedere un divieto di pubblicizzare i risultati di son-

daggi attinenti l'esito delle consultazioni elettorali e di *referendum* durante quell'arco di tempo di due settimane che dal vivo della campagna elettorale giunge alla chiusura dei seggi.

Stabilite queste regole elementari che dovrebbero portare ad una autoregolamentazione più specifica in un settore in continua evoluzione, abbiamo escluso, cosa invece prevista in altri paesi, la nascita di un istituto pubblico preposto al controllo di tali rilevamenti.

Negli ultimi giorni della X legislatura, in fase di discussione all'interno della I Commissione per una nuova disciplina della campagna elettorale, la presente proposta fu approvata all'unanimità dalla Commissione stessa. La fine anticipata della legislatura non ne consentì l'approvazione in Aula.

È nostro convincimento che un richiamo degli operatori del settore alla delicatezza del loro lavoro ed al rispetto di alcune norme basilari di correttezza professionale valga a scongiurare il pericolo di tentativi strumentali di quella che Mosse chiamava la « nazionalizzazione delle masse » e che potremmo ribattezzare « privatizzazione del consenso ».

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1.

1. La diffusione dei sondaggi di opinione deve essere accompagnata dalle seguenti indicazioni, della cui veridicità è responsabile il soggetto che realizza il sondaggio:

a) nome dell'istituto che ha realizzato il sondaggio e, se realizzato con altri, le collaborazioni di cui si è avvalso;

b) nome del committente e degli acquirenti;

c) numero delle persone interpellate;

d) percentuale delle persone che non hanno risposto;

e) domande rivolte;

f) criteri seguiti per l'individuazione del campione;

g) date in cui è stato realizzato il sondaggio;

h) metodo seguito nell'elaborazione dei dati.

ART. 2.

1. Per ogni consultazione elettorale e per i *referendum*, a partire da quindici giorni prima della chiusura dei comizi elettorali e fino alla conclusione delle operazioni di voto, è fatto divieto di pubblicizzare i risultati di sondaggi attinenti l'esito delle consultazioni. Tale divieto non si applica nel caso di consultazioni parziali a cui hanno diritto di partecipare meno di un milione di cittadini.

ART. 3.

1. L'inosservanza delle disposizioni di cui all'articolo 1 è punita con l'ammenda da lire 200 mila a lire 2 milioni.

2. La contravvenzione alla norma di cui all'articolo 2 è punita con l'arresto fino a sei mesi e con la ammenda da lire 200 mila a lire 2 milioni.