

# CAMERA DEI DEPUTATI N. 2872

## PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

**NANIA, FINI, TATARELLA, AGOSTINACCHIO, ALEMANNO, ALOI, AMORUSO, ANEDDA, ARDICA, BARBIERI, BARRA, DOMENICO BASILE, VINCENZO BASILE, BENEDETTI VALENTINI, BIZZARRI, BLANCO, BONO, BRACCI, BUONTEMPO, CAPITANEO, CARDIELLO, CARRARA, ENZO CARUSO, MARIO CARUSO, CECCONI, CEFARATTI, COLA, COLOSIMO, COLUCCI, GIULIO CONTI, CUSCUNÀ, DEL PRETE, DELL'UTRI, EPIFANI, FLAVO, FIORI, FORESTIERE, FRAGALÀ, GAGGIOLI, GASPARRI, GISSI, GRAMAZIO, LA GRUA, LA RUSSA, LANDOLFI, LIUZZI, LO PORTO, MANZONI, MARENCO, MARENGO, MARIANO, GIOVANNI MARINO, MARINO BUCCELLATO, MARTINAT, MASTRANGELO, MATTEOLI, MAZZOCCHI, MAZZONE, MENIA, MESSA, MITOLO, MORMONE, MORSELLI, MUSSOLINI, NAPOLI, NERI, NESPOLI, OLIVIERI, ONNIS, OZZA, GIOVANNI PACE, PAMPO, PAOLONE, NICOLA PARENTI, PARLATO, PASETTO, PATARINO, PETRELLI, PEZZELLA, PEZZOLI, POLI BORTONE, PORCU, RALLO, RICCIO, RIVELLI, ANTONIO RIZZO, ROSITANI, SALVO, SCALISI, SELVA, SIDOTI, SIMEONE, SIMONELLI, SOSPIRI, SPAGNOLETTI-ZEULI, STORACE, TASCONE, TOFANI, TRANTINO, TREMAGLIA, TRINGALI, URSO, VALENSISE, VENEZIA, ZACCHEO, ZACCHERA**

Norme per la parità di accesso ai mezzi di comunicazione di massa durante le campagne elettorali e referendarie

*Presentata il 12 luglio 1995*

ONOREVOLI COLLEGHI! — Il decreto-legge 19 maggio 1995, n. 182, recante disposizioni urgenti per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie, meglio noto come decreto sulla *par condicio*, è

stato emanato dal Governo per soddisfare una delle quattro emergenze indicate dal Governo Dini all'atto del suo insediamento.

L'emanazione di norme sulla parità di accesso ai mezzi di informazione è stata

motivata dal Governo con la necessità di dare certezza e serenità alle campagne elettorali. « Per realizzare tali scopi — è scritto nella relazione di accompagnamento al decreto — il Governo si è reso conto di dovere apprestare misure di efficacia operativa già durante la campagna elettorale dato che la vigente normativa non ha dato buona prova di sé quanto all'incisività dell'impianto sanzionatorio ».

Sulla base di quanto sopra, durante la discussione sulla *par condicio* in Commissione Affari costituzionali della Camera, lo stesso ministro Gambino in più occasioni non ha mancato di definire l'impianto sanzionatorio « il cuore della legge ».

Ci si sarebbe aspettato, nel corso della campagna elettorale per le elezioni regionali del 1995 (occasione di prima applicazione della normativa), di verificare in concreto come l'impianto sanzionatorio avrebbe funzionato per ristabilire la parità lesa. Ma nulla di tutto ciò è avvenuto, perché si è constatata la sostanziale assenza di provvedimenti di reintegra e dunque la non applicazione di sanzioni.

Si può perciò solo concludere che siamo in presenza di una buona legge ?

A giudicare da quanto affermato da qualche deputato di centro-sinistra sembrerebbe proprio di sì. « Il decreto-legge del Governo sulla *par condicio* — così è stato detto più o meno in I Commissione — ha funzionato proprio come doveva. Ha funzionato davvero bene. E i risultati delle regionali lo provano ».

Le cose però non stanno così. E coloro che hanno a cuore l'autenticità della competizione politica ed elettorale sanno benissimo che l'operatività dell'impianto sanzionatorio, più che funzionare a dovere, in effetti non si è potuta dispiegare perché con la normativa di cui al decreto-legge si è messo il bavaglio alla campagna elettorale, o comunque, si sono create premesse tali da ridurla al silenziatore.

Ora che la Camera dovrebbe discutere il disegno di legge di conversione del decreto-legge, dobbiamo cercare di sciogliere il nodo del problema. Ossia decidere se varare una legge che arricchisca il confronto tra i soggetti politici e che garantisca parità di accesso e parità di tratta-

mento durante una campagna elettorale che comunque deve esserci; oppure se si vuole la parità di condizione tra le forze in campo cancellando le condizioni stesse della campagna elettorale.

Perché in effetti di questo si tratta. Infatti, quando si impone la gratuità della propaganda alle emittenti private, come avviene con l'articolo 2 del decreto-legge, quale altro risultato si persegue se non quello di spingere i proprietari delle TV locali all'auto-oscuramento, essendo fin troppo evidente che nessuno è tanto miope da regalare ore ed ore di trasmissione giornaliera a candidati e partiti sottraendole alla redditizia programmazione commerciale.

La gratuità poi, come è ovvio, se ha una sua logica e dispiega i suoi effetti quando è imposta per legge alla Rai (perché si tratta di una concessionaria pubblica finanziata con il canone e con i soldi di ciascuno di noi), non ha senso, rimane inapplicata e sconfinata nelle anticostituzionalità, quando riguarda privati non obbligabili in alcun modo per legge alla perdita economica che deriva loro dalla offerta di spazi ed inserzioni gratuite.

Si ha un bel dire, dunque, che la gratuità favorisce il confronto, quando in concreto né i giornali, né le emittenti private, mettono a disposizione dei soggetti politici in competizione i loro mezzi di comunicazione, come è avvenuto nelle elezioni regionali del 1995.

E si ha un bel dire, ancora, che il cuore del provvedimento è l'impianto sanzionatorio e non le norme di merito.

I fatti dimostrano esattamente il contrario.

Onorevoli Colleghi,

Sia ben chiaro, a scanso di equivoci, che la severità delle nostre critiche sul decreto-legge governativo non significa che il gruppo di Alleanza Nazionale condivide la tesi di quanti sostengono che le campagne elettorali sui mezzi di comunicazione di massa non devono essere in alcun modo disciplinate.

Secondo noi, infatti, occorre garantire parità di accesso e parità di trattamento tra i soggetti politici, ma in una campagna elettorale vera, combattuta ad armi pari e comunque tale da consentire agli elettori di valutare al meglio le opzioni in campo.

Per queste ragioni, proponiamo un testo sulla parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie con il quale si prospetta una soluzione bilanciata delle diverse esigenze in campo e si accoglie la sostanza dell'impianto sanzionatorio ed il principio della regolamentazione della pubblicità elettorale.

In particolare, rispetto al decreto-legge governativo, la proposta di legge che è stata predisposta intende assicurare una più corretta ed equilibrata regolamentazione dell'accesso ai *mass media* garantendo parità di condizioni ai soggetti politici in campo coerentemente con la logica tendenzialmente bipolare del sistema nonché con l'impostazione della legge elettorale maggioritaria. I punti essenziali della proposta sono i seguenti:

#### *Propaganda e pubblicità elettorali.*

È prevista l'offerta gratuita di spazi di propaganda elettorale da parte della RAI per ogni forma di propaganda. Per le emittenti private, nazionali e locali, nonché per la stampa, viene ufficializzata una prassi da tempo attuata e cioè la gratuità degli spazi per ospitare tribune, dibattiti, confronti tra i soggetti politici, garantendo comunque condizioni di parità.

Ulteriori spazi di propaganda a pagamento possono essere offerti dagli editori e dalle emittenti private, sia nazionali che locali, applicando limiti tariffari definiti dal Garante.

Quanto alle inserzioni ed agli *spot* pubblicitari, rimane fermo il divieto per la RAI, mentre essi sono consentiti sulla stampa e sulle emittenti private, sia nazionali che locali, dal venticinquesimo al penultimo giorno antecedente la data delle

elezioni, esclusivamente per la pubblicità che esponga gli elementi oggettivi attinenti alla denominazione ed al contrassegno dei soggetti politici in competizione.

Questa soluzione è finalizzata a consentire una più ampia conoscenza, da parte degli elettori, degli schieramenti in campo e non dovrebbe essere sgradita soprattutto ai soggetti politici di nuova costituzione (come ad esempio l'ULIVO) che possono così « veicolare » più diffusamente la propria denominazione ed il proprio contrassegno.

Questa limitata forma di pubblicità viene ammessa con tariffe particolarmente agevolate, corrispondenti al costo industriale di pubblicazione (sulla stampa) o di trasmissione (per le emittenti), con verifica da parte del Garante.

Rimane fermo, in qualsiasi periodo, il divieto per la pubblicità recante informazioni false o a carattere denigratorio.

#### *Accesso ai mezzi di comunicazione da parte dei soggetti politici*

Lo schema prevede che una quota del 75 per cento degli spazi e dei tempi a disposizione venga ripartita paritariamente ai raggruppamenti che concorrono per i collegi uninominali in almeno 18 circoscrizioni ed in almeno i 4/5 dei collegi di ciascuna circoscrizione; all'interno di ciascun raggruppamento l'ulteriore ripartizione verrà concordata tra le componenti interessate.

La restante quota del 25 per cento degli spazi e dei tempi verrà ripartita paritariamente fra tutti i soggetti politici che concorrono per la quota proporzionale.

In questo modo si consente un accesso equilibrato ai *mass media* da parte dei due schieramenti maggiori, rispecchiando la loro consistenza e lasciando ad essi la libertà di ripartire gli spazi a disposizione fra le diverse componenti della coalizione; allo stesso tempo si permette comunque una autonoma visibilità ai soggetti politici minori che concorrono anche per la quota proporzionale.

Onorevoli Colleghi,

come si può facilmente intuire, la proposta di legge accoglie il principio della regolamentazione della campagna elettorale in modo da impedire colpi bassi a danno dei concorrenti ma in modo da consentire un confronto autentico tra le forze in campo. Lo stesso principio è contenuto nella sentenza della Corte costituzionale n. 161 del 10 maggio 1995 pronunciata a seguito del ricorso per conflitto di attribuzione tra poteri dello Stato promosso dai comitati promotori di quattro *referendum* laddove la Corte costituzionale, pur essendo stata investita della sola problematica relativa alle campagne referendarie, ha affermato

che per le campagne elettorali « la presenza di un limite temporale ... per lo svolgimento della pubblicità può trovare giustificazione solo se ragionevolmente contenuto ».

Non vi è chi non vede che se la campagna elettorale vera e propria inizia con il deposito delle liste e delle candidature — perché solo da quel momento ognuno è sicuro di esserci — il limite temporale alla pubblicità, se deve essere ragionevolmente contenuto, non può coprire l'intero arco della campagna elettorale.

Ciò che comunque si auspica è che il Parlamento possa in qualche modo legiferare tenendo conto che la posta in gioco è alta e che la normativa tocca direttamente i diritti di ciascuno.

## PROPOSTA DI LEGGE

## ART. 1.

*(Ambito di applicazione della legge).*

1. Al fine di garantire l'imparzialità rispetto a tutti i soggetti politici, la presente legge disciplina l'accesso ai mezzi di comunicazione di massa durante le campagne elettorali per l'elezione alla Camera dei deputati e al Senato della Repubblica, nonché, per quanto compatibile, durante le campagne elettorali per le elezioni dei rappresentanti italiani al Parlamento europeo, per le elezioni dei consigli delle regioni a statuto ordinario, delle regioni a statuto speciale, delle province autonome di Trento e di Bolzano, dei consigli comunali e provinciali, del sindaco e del presidente della provincia e per ogni *referendum*.

## ART. 2.

*(Propaganda elettorale).*

1. Dalla data di convocazione dei comizi elettorali fino alla chiusura della campagna elettorale, la concessionaria pubblica offre gratuitamente spazi di propaganda elettorale secondo le prescrizioni della presente legge.

2. Gli editori e le emittenti private, nazionali e locali, offrono gratuitamente gli spazi di propaganda relativa a tribune politiche, dibattiti, tavole rotonde e confronti assicurando comunque parità di trattamento ai soggetti politici; possono altresì offrire ulteriori spazi di propaganda a pagamento secondo le modalità di cui all'articolo 4.

## ART. 3.

*(Pubblicità elettorale).*

1. Dal venticiquesimo a tutto il penultimo giorno antecedente la data delle ele-

zioni è consentita sulla stampa e sulle emittenti private, nazionali e locali esclusivamente, la pubblicità elettorale che contenga l'esposizione di elementi oggettivi attinenti alla denominazione e al contrassegno dei soggetti politici in competizione.

2. Dalla data di convocazione dei comizi elettorali è vietata la pubblicità elettorale sulla concessionaria pubblica.

3. È sempre vietata la pubblicità elettorale contenente informazioni false, scene o slogan denigratori o che usino tecniche dirette a promuovere un'immagine negativa dei competitori.

#### ART. 4.

*(Modalità e tariffe per la propaganda e la pubblicità elettorali).*

1. Gli editori e le emittenti private che intendono offrire spazi di propaganda o di pubblicità elettorali devono darne tempestiva comunicazione sulle testate edite o nell'ambito della programmazione radiotelevisiva, secondo le modalità stabilite dal Garante per le radiodiffusione e l'editoria di seguito denominato « Garante », al fine di consentire ai soggetti politici l'accesso agli spazi predetti in condizioni di parità di trattamento.

2. La Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza nei servizi radiotelevisivi, di seguito denominata « Commissione parlamentare » ed il Garante, previa consultazione tra loro e ciascuno nell'ambito della propria competenza, tenuto conto dell'eventuale presenza di codici deontologici adottati dalla concessionaria pubblica, dalle emittenti private o dagli editori, dettano, in tempo utile ai fini dell'applicazione della presente legge, i criteri e le modalità per l'utilizzazione degli spazi di propaganda e di pubblicità da parte dei soggetti politici.

3. Il Garante, avuto riguardo ai prezzi correntemente praticati per la cessione degli spazi pubblicitari, definisce i criteri di determinazione ed i limiti massimi delle tariffe per l'utilizzo degli spazi di propaganda elettorale.

4. La pubblicità di cui al comma 1 dell'articolo 3 viene offerta con tariffe, corrispondenti al costo industriale di pubblicazione o di trasmissione, soggette a verifica da parte del Garante.

5. Gli editori e le emittenti private sono comunque tenuti a riconoscere a tutti i soggetti politici le condizioni di maggior favore praticate ad alcuno di essi.

#### ART. 5.

*(Informazione elettorale).*

1. La Commissione parlamentare ed il Garante, previa consultazione tra loro e ciascuno nell'ambito della propria competenza, definiscono, in tempo utile ai fini dell'applicazione della presente legge, i criteri specifici ai quali, nell'ambito della disciplina introdotta dalla presente legge, dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto, debbono conformarsi gli editori, la concessionaria pubblica e le emittenti private nei programmi e servizi di informazione elettorale.

2. Al fine di garantire la parità di trattamento, l'obiettività, la completezza e l'imparzialità dell'informazione elettorale gli editori, la concessionaria pubblica e le emittenti private devono riferire correttamente i programmi e le proposte dei soggetti politici, nonché distinguere nettamente i dati informativi dalle opinioni dei commentatori.

#### ART. 6.

*(Altre forme di propaganda elettorale).*

1. Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto le trasmissioni di intrattenimento su argomenti economici, sociali e politici, organizzate con la presenza di soggetti politici, ospiti ed eventuale pubblico, sono programmate, articolate e condotte nel rispetto dei principi di correttezza ed imparzialità di cui alla presente legge, così da non influenzare anche in forma surrettizia, le libere scelte degli elettori. Le predette trasmissioni sono am-

messe negli ultimi cinque giorni della campagna elettorale, soltanto a condizione che ad esse siano invitati, a condizioni di parità, i rappresentanti degli schieramenti politici in competizione.

2. Nelle trasmissioni di cui al comma 1, la selezione degli eventuali ospiti avviene nel rispetto del principio pluralistico ed è finalizzata a conseguire una presenza equilibrata delle diverse posizioni dibattute. La selezione del pubblico, ove previsto, è fatta, con i medesimi criteri, almeno ventiquattro ore prima della trasmissione. Durante la trasmissione il conduttore cura che il pubblico mantenga un contegno congruente con i principi della presente legge. Non sono consentiti collegamenti esterni con la partecipazione del pubblico.

3. Per il periodo di cui al comma 1, nei programmi radiotelevisivi di informazione, anche non elettorale, riconducibili alla responsabilità di una specifica testata giornalistica registrata nei modi previsti dall'articolo 10, comma 1, della legge 6 agosto 1990, n. 223, la presenza di soggetti politici o loro esponenti è ammessa esclusivamente nei limiti della esigenza di assicurare la completezza e l'imparzialità dell'informazione.

4. Nei programmi radiotelevisivi diversi da quelli di propaganda, pubblicità ed informazione elettorali e da quelli di cui al comma 1, la presenza di rappresentanti di soggetti politici è vietata. Non si considera presenza in trasmissione la ripresa di esponenti dei soggetti politici nel corso di una telecronaca o di un programma di intrattenimento ove tale ripresa sia occasionale, non ripetuta e tecnicamente non evitabile senza pregiudizio dell'integrità della trasmissione e comunque rimangono esclusi interventi personali o citazioni dei soggetti medesimi.

#### ART. 7.

*(Divieto di propaganda istituzionale).*

1. Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto, è fatto divieto a tutte le pubbliche amministrazioni di svolgere attività di propaganda di qualsiasi genere,



ancorché inerente alla loro attività istituzionale, ad eccezione delle attività di comunicazione effettuate in forma impersonale ed indispensabili per l'efficace assolvimento delle proprie funzioni.

ART. 8.

*(Disciplina dei sondaggi).*

1. A partire dal decimo giorno precedente la data delle elezioni e fino alla chiusura delle operazioni di voto, è vietato rendere pubblici o comunque diffondere i risultati di sondaggi demoscopici sull'esito delle elezioni e sugli orientamenti politici e di voto degli elettori, anche se tali sondaggi siano stati effettuati in un periodo di tempo precedente a quello di divieto.

2. Il Garante, sentite le associazioni scientifiche e professionali operanti nel campo delle ricerche demoscopiche ed elettorali, determina, a partire dalla prima applicazione della presente legge, i criteri obbligatori in conformità dei quali devono essere realizzati i sondaggi di cui al comma 1. I risultati anche parziali devono essere accompagnati dalle seguenti indicazioni, della cui veridicità è responsabile il soggetto che realizza il sondaggio:

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

b) committente e acquirente;

c) criteri seguiti per la formazione del campione;

d) metodo di raccolta delle informazioni e di elaborazione dei dati;

e) numero delle persone interpellate e universo di riferimento;

f) domande rivolte;

g) percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda;

h) date in cui è stato realizzato il sondaggio.

3. Per i sondaggi effettuati nel periodo consentito, qualora non siano stati rispet-

tati i criteri determinati ai sensi del comma 2, il Garante, dispone che sia dichiarata la circostanza sui mezzi di informazione che hanno diffuso gli stessi sondaggi, con il medesimo rilievo con cui questi sono stati pubblicizzati.

4. Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto è vietata la pubblicazione o la trasmissione di dati acquisiti attraverso l'invito rivolto al pubblico o ai singoli ad esprimere le proprie preferenze politiche ed elettorali con contatti telefonici, postali, o in altra forma.

#### ART. 9.

*(Applicazione del codice deontologico).*

1. I conduttori ed i registi dei programmi radiotelevisivi di propaganda ed informazione elettorale, che non appartengano all'Ordine dei giornalisti, sono tenuti ad osservare il codice deontologico adottato dallo stesso Ordine.

#### ART. 10.

*(Definizione della parità di trattamento fra i soggetti politici).*

1. Allo scopo di assicurare la parità di trattamento fra i soggetti politici, relativamente alla propaganda, alla pubblicità ed alla informazione elettorale, si terrà conto per le elezioni alla Camera dei deputati e al Senato della Repubblica dei seguenti criteri:

a) nella ripartizione degli spazi e dei tempi a disposizione una quota del 75 per cento è assegnata paritariamente ai raggruppamenti di candidati che concorrono per l'attribuzione dei collegi uninominali purché presentino uno o più contrassegni identici in almeno diciotto circoscrizioni elettorali e concorrano in almeno quattro quinti dei collegi istituiti nell'ambito di ciascuna circoscrizione; all'interno di ciascun raggruppamento l'ulteriore ripartizione è concordata tra i soggetti politici interessati;

b) la restante quota del 25 per cento degli spazi e dei tempi a disposizione è paritariamente ripartita fra tutti i soggetti politici che concorrono all'assegnazione dei seggi secondo il criterio proporzionale;

2. Per le elezioni regionali si terrà conto dei seguenti criteri:

a) l'accesso alle emittenti nazionali è consentito ai soggetti politici che abbiano presentato liste in almeno due terzi delle regioni interessate alla consultazione elettorale;

b) nella ripartizione degli spazi e dei tempi a disposizione, una quota del 50 per cento è assegnata paritariamente alle liste che concorrono in sede regionale;

c) la restante quota del 50 per cento è ripartita paritariamente tra le liste che concorrono all'assegnazione dei seggi in sede provinciale essendo presenti in almeno due terzi delle province di ogni singola regione.

#### ART. 11.

*(Misure di controllo).*

1. Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto, la concessionaria pubblica e le emittenti private devono registrare su supporto magnetico la totalità dei programmi trasmessi. Le emittenti private consegnano quotidianamente al gruppo competente della Guardia di finanza le registrazioni. In caso di inottemperanza, il gruppo competente della Guardia di finanza provvede, per la durata residua della campagna elettorale, al ritiro delle registrazioni.

2. Il Garante stabilisce le modalità con cui i circoli delle costruzioni telegrafiche e telefoniche (Circostel), nell'ambito della propria competenza, registrano i programmi delle emittenti private. Essi segnalano al Garante e ai Comitati regionali per i servizi radiotelevisivi (Corerat) competenti o delegati le presunte violazioni di disposizioni dettate dalla presente legge, dalla Commissione parlamentare e dal Garante.

3. Ai fini della vigilanza e del controllo dell'emittenza nazionale, per il periodo di applicazione della presente legge, il Garante si avvale anche del Centro nazionale di controllo delle emissioni radioelettriche del Ministero delle poste e delle telecomunicazioni.

#### ART. 12.

##### *(Procedimento di accertamento delle violazioni).*

1. Ciascun soggetto politico direttamente interessato può denunciare, entro cinque giorni dal fatto, l'avvenuta violazione delle disposizioni della presente legge e di quelle dettate dalla Commissione parlamentare e dal Garante. La denuncia è comunicata, anche a mezzo telefax, alla concessionaria pubblica o all'emittente privata o all'editore, presso il domicilio eletto, ed inoltre al Garante, al Circostel territorialmente competente ed al gruppo della Guardia di finanza nella cui competenza territoriale rientra il predetto domicilio dell'editore o dell'emittente.

2. Il Garante, avvalendosi anche dei Circostel, della Polizia postale e della Guardia di finanza, istruisce la denuncia e, contestati i fatti, anche a mezzo telefax, sentiti gli interessati, ed acquisite le controdeduzioni, provvede su di essa senza indugio, in deroga ai termini e alle modalità procedurali previste dalla legge 24 novembre 1981, n. 689.

3. Qualora lo ritenga opportuno, e limitatamente alle emittenti private in ambito locale, il Garante può delegare ai Corerat territorialmente competenti le istruttorie, l'audizione degli interessati e le contestazioni.

4. Il procedimento è avviato anche d'ufficio.

5. Il Garante si avvale della Guardia di finanza ai fini delle comunicazioni e notificazioni previste dalla presente legge.

## ART. 13.

*(Provvedimenti d'urgenza del Garante).*

1. In presenza di gravi violazioni delle disposizioni della presente legge e di quelle dettate dalla Commissione parlamentare e dal Garante, quest'ultimo adotta, al fine di ripristinare l'equilibrio delle competizioni elettorali e salvo il procedimento di accertamento ordinario, ai sensi dell'articolo 12, i provvedimenti di urgenza ritenuti utili. In tal caso l'istruttoria del Garante o del Corerat avviene in forma sommaria, mediante acquisizione delle controdeduzioni del soggetto al quale è stata effettuata la contestazione; quest'ultimo è tenuto a comunicare, anche a mezzo telefax, le contestazioni al denunciante.

2. Il Garante può ordinare agli editori, alla concessionaria pubblica ed alle emittenti private:

a) la pubblicazione o trasmissione di rettifiche, alle quali è dato il medesimo risalto, per fascia oraria, collocazione e caratteristiche editoriali, della notizia da rettificare;

b) la messa a disposizione di spazi compensativi di propaganda e pubblicità elettorale in favore dei soggetti politici che siano stati direttamente danneggiati dalla violazione;

c) la pubblicazione o la trasmissione di servizi di informazione elettorale con prevalente partecipazione dei soggetti politici che siano stati direttamente danneggiati dalla violazione.

3. Il Garante fissa il termine e le modalità per l'ottemperanza ai propri provvedimenti;

4. In caso di inottemperanza al provvedimento del Garante, entro il termine da lui fissato, questo dispone, entro le ventiquattro ore successive:

a) per la concessionaria pubblica o le emittenti private, l'inibizione della trasmissione successiva a quella nella quale è stata rilevata l'infrazione con l'obbligo di

dare notizia del provvedimento inibitorio del Garante;

b) per gli editori, l'obbligo di pubblicare un comunicato del Garante relativo all'inottemperanza, con medesimo risalto per collocazione e caratteristiche editoriali rispetto alla violazione compiuta.

5. Contro i provvedimenti di cui al comma 4 è ammesso, entro le quarantotto ore successive alla notificazione, ricorso al presidente del tribunale; questi può sospendere l'esecutività del provvedimento e si pronuncia nel merito entro le quarantotto ore successive al deposito del ricorso.

6. Restano salve le ulteriori sanzioni previste dalla legge, nonché dall'articolo 14.

#### ART. 14.

(Sanzioni).

1. In caso di violazione delle disposizioni di carattere procedimentale dettate dalla presente legge, dalla Commissione parlamentare e dal Garante, quest'ultimo irroga la sanzione amministrativa pecuniaria da lire dieci milioni a lire cinquanta milioni nei confronti delle emittenti private operanti in ambito nazionale e degli editori, e da lire un milione a lire cinque milioni nei confronti delle emittenti private operanti in ambito locale.

2. In caso di violazione delle altre disposizioni dettate dalla presente legge ovvero dalla Commissione parlamentare o dal Garante, quest'ultimo irroga la sanzione amministrativa pecuniaria, nei confronti della concessionaria pubblica, delle emittenti private in ambito nazionale e degli editori, da lire cinquanta milioni a lire cinquecento milioni; nei confronti delle emittenti private operanti in ambito locale, è irrogata la sanzione da lire dieci milioni a lire cento milioni. Qualora la violazione avvenga negli ultimi quindici giorni precedenti la data delle elezioni, la sanzione è raddoppiata.

3. Nel caso di violazione reiterata della parità di trattamento tra soggetti politici, nel complesso della programmazione e nel

corso della medesima campagna elettorale, il Garante dispone l'inibizione della programmazione della concessionaria pubblica o dell'emittente privata, determinandone i tempi e le modalità, da un minimo di un'ora fino ad un massimo di quindici giorni, con l'obbligo di mantenere in video, per il tempo a tal fine determinato, un'immagine fissa con la dicitura « la trasmissione della presente emittente è inibita dal Garante per la radiodiffusione e l'editoria per violazione delle disposizioni sulla parità di trattamento durante la campagna elettorale ». Contro i provvedimenti del Garante è ammesso ricorso al presidente del tribunale; questi può sospendere l'esecutività del provvedimento e si pronuncia nel merito entro tre giorni dal deposito del ricorso.

4. In caso di violazione delle norme di cui all'articolo 8 commessa fino all'apertura dei seggi elettorali, il Garante applica la sanzione amministrativa pecuniaria da lire cento milioni a lire un miliardo. Qualora la violazione delle medesime norme sia commessa durante lo svolgimento delle votazioni si applica la pena detentiva prevista dall'articolo 100, primo comma, del testo unico delle leggi recanti norme per la elezione della Camera dei deputati, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 30 marzo 1957, n. 361, per le turbative elettorali; il giudice, con la sentenza di condanna, applica inoltre le sanzioni amministrative pecuniarie. In caso di mancanza totale o parziale delle indicazioni di cui al comma 2 del medesimo articolo 8, il Garante applica la sanzione pecuniaria da lire venti milioni a lire duecento milioni.

5. Le medesime sanzioni amministrative pecuniarie sono irrogate anche nei confronti dei soggetti politici a favore dei quali sono state commesse le violazioni, qualora ne sia stata accertata la corresponsabilità.

6. Le sanzioni amministrative pecuniarie sono commisurate anche all'entità del pregiudizio cagionato, alle condizioni economiche e patrimoniali dell'editore o dell'emittente privata ed alla rilevanza territoriale della violazione commessa.

7. Restano salve le ulteriori sanzioni previste dalla legge.

ART. 15.

*(Campagne elettorali amministrative e referendarie).*

1. Per le campagne per le elezioni dei consigli delle regioni a statuto ordinario, delle regioni a statuto speciale, delle province autonome di Trento e di Bolzano, dei consigli comunali e provinciali, del sindaco e del presidente della provincia e per i referendum ai sensi degli articoli 123 e 132 della Costituzione, il Garante individua, tra gli editori, la concessionaria pubblica e le emittenti private, i soggetti e l'ambito territoriale concretamente rilevanti in ciascuna campagna elettorale.

2. Nelle campagne elettorali per tutti i referendum, la parità di trattamento per la propaganda, la pubblicità e l'informazione elettorali consiste nella equiripartizione di spazi e tempi complessivamente riservati ai sostenitori delle opposte indicazioni di voto. La Commissione parlamentare ed il Garante, previa consultazione tra loro e ciascuno nell'ambito delle rispettive competenze, prescrivono le regole atte a garantire la concreta realizzazione della parità di trattamento e l'idoneo accesso ai predetti spazi da parte delle forze sociali interessate. Fra i sostenitori della proposta referendaria, adeguati spazi sono riconosciuti ai comitati promotori.

ART. 16.

*(Organi ufficiali di partiti, comitati e movimenti politici).*

1. Le disposizioni di cui agli articoli 2 e 3 commi 2 e 3, e degli articoli 4, 5, 6, 7, 9 e 10 non si applicano agli organi ufficiali di stampa e radiofonici di partiti, comitati e movimenti politici ed alle stampe elettorali dei soggetti politici.



## ART. 17.

*(Centro di ascolto dell'informazione radiotelevisiva).*

1. Il Garante può affidare ad un ente pubblico o privato il compito di verifica, secondo criteri da esso stabiliti, degli spazi dedicati nel corso della campagna elettorale a ciascun soggetto politico dalla concessionaria pubblica e dalle emittenti private operanti in ambito nazionale.

2. Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto, con cadenza settimanale, il Garante rende pubblici presso i suoi uffici i risultati di tale verifica.

## ART. 18.

*(Copertura finanziaria).*

1. All'onere derivante dall'attuazione della presente legge, pari a lire 2.500 milioni a partire dall'anno 1995, si provvede mediante corrispondente riduzione dello stanziamento iscritto, ai fini del bilancio triennale 1995-1997, al capitolo 6856 dello stato di previsione del Ministero del tesoro per l'anno finanziario 1995, all'uopo utilizzando parte dell'accantonamento relativo al Ministero del tesoro.

2. Il Ministro del tesoro è autorizzato ad apportare, con propri decreti, le occorrenti variazioni di bilancio.

## ART. 19.

*(Norme finali e definizioni).*

1. Sono abrogati i commi 1, 4 e 5 dell'articolo 1, gli articoli 2, 5 e 6, i commi 1 e 4 dell'articolo 15 della legge 10 dicembre 1993, n. 515, i commi 1, 2, 6 e 7 dell'articolo 29 della legge 25 marzo 1993, n. 81.

2. Ai fini della presente legge:

a) per « propaganda elettorale » si intende l'esposizione, sulla stampa e nelle trasmissioni radiotelevisive, delle caratteri-

stiche oggettive e soggettive, delle linee e dei programmi generali e specifici dei soggetti politici, anche attraverso tribune politiche, dibattiti, tavole rotonde, conferenze, discorsi e confronti;

b) per « informazione elettorale » si intende ogni programma e servizio di informazione, o parti di essi, attinenti alla campagna elettorale ed ai relativi soggetti attivi, ivi compresi i telegiornali ed i giornali radio;

c) per « pubblicità elettorale » si intende l'insieme dei messaggi brevi diffusi attraverso inserzioni sulla stampa e *spot*, radiotelevisivi, che abbiano il contenuto di cui all'articolo 3 e finalità promozionali;

d) per « soggetti politici » si intendono candidati, gruppi di candidati, partiti, comitati promotori di *referendum*, altri comitati e movimenti organizzati a fini politici.