

CAMERA DEI DEPUTATI N. 2821

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

**MARTINAT, BUTTI, IGNAZIO LA RUSSA, GASPARRI,
CELLAI, MACERATINI, MATTEOLI**

Modifiche all'articolo 6 della legge 4 aprile 1956, n. 212,
in materia di divieto di pubblicazione e di diffusione di
sondaggi nel corso di consultazioni elettorali

Presentata il 22 giugno 1993

ONOREVOLI COLLEGHI! — Nessuno di noi ignora quale sia l'importanza della propaganda durante una campagna elettorale, e quale incidenza abbiano assunto le diffusioni radiotelevisive, che raggiungono gli elettori nell'interno delle proprie case e danno loro la possibilità di meditare e di convincersi.

Ora, questa forma di propaganda, che si unisce a quella della carta stampata, ha due aspetti: quello della valorizzazione del candidato e del partito, e quello della critica ai concorrenti degli altri schieramenti.

Mentre una propaganda a favore è sempre lecita — altrimenti non sarebbe una propaganda — la propaganda contraria, se espressa in determinati modi, diventa illecita.

Un fatto del genere è già stato recepito nel campo commerciale dove una ditta può bene valorizzare, e nel modo che ritiene più efficace, un suo prodotto, ma non deve in alcun modo dire che i prodotti delle case concorrenti sono di qualità o di caratteristiche inferiori. E la regola è tanto imperativa che diventa illecita l'affermazione che il proprio prodotto sia il migliore.

Ora, nel campo della propaganda elettorale questo principio viene infranto, quando la carta stampata pubblica e la radio e le televisioni diffondono i risultati di sondaggi, che sono nello stesso momento propaganda pro e contro, incidente e pericolosa, proprio per il modo asettico e sintetico con cui vengono presentati.

L'elettore, mentre legge un giornale, ascolta una radio, o guarda una televisione dove si confrontano idee e programmi vi partecipa con il proprio spirito critico; di fronte ad un tabellone di cifre o di percentuali resta, invece, senza argomenti e deve accettare passivamente quanto gli viene proposto non avendo alcun modo né elementi — al limite forse soltanto sensazioni — per valutare la veridicità delle cifre.

A nostro giudizio il sondaggio — che per essere tale deve essere comparativo — è la formula più subdola di propaganda

elettorale, in quanto propone nello stesso momento condanne ed assoluzioni senza appello.

D'altro lato, è da chiedersi quale sia la serietà scientifica, chi ci sia dietro queste rilevazioni, come vengano scelti i campioni ma, in particolare, da chi, e per chi, questi sondaggi siano commissionati.

Riteniamo, quindi, opportuno e necessario proporre che questa subdola e surrettizia forma di propaganda sia vietata nei trenta giorni precedenti le consultazioni elettorali.

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1.

1. Dopo l'articolo 6 della legge 4 aprile 1956 n. 212, come sostituito dall'articolo 4 della legge 24 aprile 1975, n. 130, è inserito il seguente:

« ART. 6-bis. — 1. Dal trentesimo giorno precedente la data fissata per le elezioni, e nel periodo intercorrente tra il primo e il secondo turno, ove previsto, è vietata la pubblicazione sulla stampa e la diffusione attraverso la radio e la televisione di sondaggi da chiunque effettuati sui probabili risultati riferiti ai candidati oppure alle formazioni politiche concorrenti nella consultazione.

2. Il divieto comprende anche il riferimento a sondaggi nel corso di tavole rotonde, dibattiti, relazioni e simili, diffusi nei tempi e nei modi di cui al comma 1.

3. Chiunque violi le disposizioni del presente articolo, compresi i direttori responsabili dei giornali e delle reti radiotelevisive, è punito con la reclusione sino a due anni e con la multa non inferiore a cinque milioni di lire ».

Stampato su carta riciclata ecologica

DDL11-2821
Lire 500