

data di effettiva distribuzione e non di quella di copertina. Ove in ragione della periodicità della testata non sia stato possibile pubblicare su di questa, nel termine anzidetto, il comunicato preventivo, la diffusione di propaganda non potrà avere inizio che dal numero successivo a quello recante la pubblicazione del comunicato sulla testata, salvo che il comunicato sia stato pubblicato, nel termine prescritto e nei modi di cui al comma 2, su altra testata, quotidiana o periodica, di analoga diffusione.

2. Il comunicato preventivo deve essere pubblicato con adeguato rilievo, sia per collocazione sia per modalità grafiche, e deve precisare:

a) l'avvenuta predisposizione di un codice di autoregolamentazione per la definizione degli spazi disponibili nonché delle condizioni generali dell'accesso, con indicazione dell'indirizzo e del numero di telefono della redazione della testata e degli uffici della concessionaria di pubblicità presso cui il codice di autoregolamentazione è depositato;

b) le condizioni temporali di prenotazione degli spazi con puntuale indicazione del termine ultimo, rapportato ad ogni singolo giorno di pubblicazione, entro il quale gli spazi medesimi possono essere prenotati;

c) le tariffe per l'accesso a tali spazi, quali autonomamente determinate per ogni singola testata secondo i criteri e nei limiti stabiliti nell'art. 4, nonché le eventuali condizioni di gratuità;

d) ogni eventuale ulteriore circostanza od elemento rilevante per la fruizione degli spazi medesimi.

3. Nel caso di edizioni locali o comunque di pagine locali di testate a diffusione nazionale, tale intendendosi ai fini del presente atto le testate con diffusione pluriregionale, dovranno indicarsi distintamente le tariffe praticate per le pagine locali e le pagine nazionali nonché, ove diverse, le altre modalità di cui al precedente comma.

4. Il comunicato pu essere pubblicato più volte e diffuso anche in ogni altra forma ritenuta opportuna.

5. La pubblicazione del comunicato preventivo costituisce condizione pregiudiziale di legittimità della diffusione di propaganda per la consultazione elettorale nel periodo considerato dal comma 1. In caso di mancato rispetto del termine a tal fine stabilito nel comma 1 e salvo quanto previsto nello stesso comma per le testate periodiche, la diffusione di propaganda non può avere inizio che dal quinto giorno successivo alla data di pubblicazione del comunicato preventivo.

Art. 2

Codice di autoregolamentazione

1. I soggetti di cui all'art. 1 sono tenuti a determinare per ciascuna testata gestita, nell'ambito della loro autonomia e per la disciplina delle pubblicazioni di propaganda, un apposito codice di autoregolamentazione per assicurare che gli spazi disponibili siano equamente distribuiti tra tutti i soggetti interessati che ne facciano richiesta nei termini stabiliti.

2. Il codice di autoregolamentazione deve rimanere a disposizione di chiunque intenda prenderne visione, nelle sedi precisate nella comunicazione preventiva di cui all'art. 1, deve essere inviato all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni a richiesta di questa, in qualunque momento, e deve essere comunque conservato dagli editori. È in facoltà degli editori pubblicare il codice di autoregolamentazione della testata interessata.

Art. 3

Modalità dei messaggi di propaganda

1. I messaggi di propaganda debbono essere chiaramente riconoscibili, anche per specifica collocazione, secondo modalità uniformi per ciascuna testata e debbono recare l'indicazione del loro committente.

Art. 4

Tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda

1. Tenute presenti le differenze strutturali delle varie scale tariffarie e delle relative graduazioni normalmente definite dalla stampa in funzione della diversità di natura e tipologia del messaggio pubblicitario, le tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale sono determinate da ciascuna testata, secondo le rispettive politiche tariffarie, in misura comunque non eccedente il limite rappresentato dal valore più alto tra il quaranta per cento della tariffa massima e il settanta per cento della tariffa minima vigenti, per le diverse categorie di pubblicità, sulla testata medesima. Si escludono dal ventaglio delle tariffe cui deve aversi riguardo per tale calcolo le tariffe relative alle pubblicità editoriali.

2. Per le testate a tariffa unica di pubblicità, la tariffa per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale non può eccedere il limite rappresentato dal cinquanta per cento della tariffa medesima.

3. I limiti stabiliti dai commi 1 e 2 si intendono riferiti alle tariffe quali rispettivamente vigenti per le edizioni di pagine locali ovvero per le edizioni o pagine nazionali, nonché, eventualmente, per i diversi giorni della settimana e per la diversa collocazione del messaggio.

4. Debbono essere riconosciute a tutti coloro che richiedono spazi di propaganda elettorale le condizioni di miglior favore praticate ad uno di essi.

5. Ogni editore è tenuto a far verificare in modo documentale a qualunque interessato, a richiesta, le condizioni praticate per l'accesso agli spazi di propaganda nonché i listini in relazione ai quali ha determinato le tariffe per gli spazi medesimi.

CAPO II

PUBBLICITÀ ELETTORALE

Art. 5

Divieto di pubblicità elettorale

1. Nei trenta giorni precedenti la data della votazione è vietata, ai sensi dell'art. 2, della legge 10 dicembre 1993, n. 515, la pubblicità elettorale.

2. Si considerano forme di pubblicità vietata le inserzioni di meri slogan positivi o negativi, di foto o disegni e/o di inviti al voto non accompagnati da una, sia pur succinta, presentazione politica di candidati e/o di programmi e/o di linee, ovvero da una critica motivata nei confronti dei competitori.

TITOLO II

RADIODIFFUSIONE SONORA E TELEVISIVA

CAPO I

PROPAGANDA ELETTORALE

Art. 6

Comunicazione preventiva

1. I soggetti che svolgono attività radiotelevisiva con diffusione che si estende ai comuni di cui all'elenco allegato, qualora intendano trasmettere a qualunque titolo, nei trenta giorni precedenti quello della votazione, propaganda elettorale per le elezioni suppletive della Camera dei deputati nei collegi uninominali n. 24 della circoscrizione Lombardia 2 e n. 7 della circoscrizione Puglia fissate per il giorno 27 giugno 1999, attraverso la cessione di spazi autogestiti e/o attraverso la realizzazione di appositi programmi, sono tenuti a dare preventiva notizia entro il giorno 24 maggio 1999,

dell'offerta dei relativi spazi e/o dei programmi al riguardo previsti, attraverso un apposito comunicato mandato in onda sulla stessa emittente cui gli spazi o i programmi si riferiscono. Tale comunicato deve essere diffuso almeno una volta nella fascia oraria di maggiore ascolto e deve precisare:

a) l'avvenuta predisposizione di un codice di autoregolamentazione per la predeterminazione di tutti gli spazi da cedere e/o dei programmi da realizzare (tavole rotonde, conferenze stampa, tribune e quant'altro), nonché per la definizione delle condizioni generali dell'accesso, con indicazione dell'indirizzo e del numero di telefono delle sedi dell'emittente e degli uffici della concessionaria di pubblicità presso cui il codice è depositato;

b) le eventuali ulteriori forme di pubblicizzazione date al codice di autoregolamentazione;

c) le tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda, come autonomamente determinate per ogni singola emittente secondo i criteri e nei limiti stabiliti nell'art. 10, nonché le eventuali condizioni di gratuità;

d) le condizioni temporali di prenotazione degli spazi autogestiti ovvero di accettazione dell'invito a partecipare ai programmi di propaganda, con puntuale indicazione del termine ultimo, rapportato ad ogni singolo giorno di trasmissione, entro il quale la prenotazione o l'accettazione debbono intervenire;

e) ogni eventuale ulteriore circostanza ed elemento rilevante per la fruizione degli spazi e/o dei programmi di propaganda, ivi compreso il termine ultimo, rapportato ad ogni singolo giorno di trasmissione, entro il quale è possibile presentare l'eventuale materiale autoprodotta relativo agli spazi già prenotati.

2. L'indicazione di cui al comma 1, lettera c), può essere sostituita con la precisazione che le tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale sono indicate in un apposito documento a disposizione di chiunque voglia prenderne visione presso la sede legale e presso le sedi operative dell'emittente nonché presso gli uffici delle concessionarie di pubblicità.

3. Il comunicato può essere trasmesso più volte ed essere diffuso anche in ogni altra forma ritenuta opportuna.

4. La trasmissione del comunicato preventivo costituisce condizione pregiudiziale di legittimità della diffusione di propaganda per la consultazione elettorale nel periodo considerato nel comma 1. In caso di mancato rispetto del termine a tal fine stabilito nel comma 1, la diffusione di propaganda non può avere inizio che dal quinto giorno successivo alla data di trasmissione del comunicato preventivo.

Art. 7

Codice di autoregolamentazione per le trasmissioni di propaganda

1. I soggetti di cui all'art. 6, sono tenuti a determinare, per ciascuna emittente gestita, nell'ambito della loro autonomia e per la disciplina delle trasmissioni di propaganda, un apposito codice di autoregolamentazione per assicurare, nell'offerta di spazi autogestiti e nella realizzazione di programmi, il rispetto del principio della parità di opportunità per tutti i competitori interessati.

2. Il codice di autoregolamentazione, con riguardo ai trenta giorni precedenti la data della votazione, deve, in particolare, indicare i programmi di propaganda complessivamente previsti e/o determinare gli spazi complessivamente disponibili per la propaganda.

3. Il codice di autoregolamentazione deve rimanere a disposizione di chiunque intenda prenderne visione presso le sedi e gli uffici previsti nella comunicazione preventiva di cui all'art. 6 e deve comunque essere conservato dall'emittente.

4. Entro il giorno 25 maggio 1999, i soggetti che svolgono attività radiotelevisiva in ambito nazionale inviano all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni copia del codice di autoregolamentazione. Nel caso di mancato rispetto del termine per il comunicato preventivo di cui all'art. 6, fermo quanto disposto nel comma 4 dello stesso articolo, il codice di autoregolamentazione deve essere inviato all'Autorità entro il giorno successivo a quello in cui viene diffuso il comunicato preventivo.

5. Nello stesso termine di cui al comma 4 i soggetti che svolgono attività radiotelevisiva in ambito locale inviano copia del codice di autoregolamentazione al competente comitato regionale per i radiotelevisivi. In caso di invio del codice di autoregolamentazione all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, non rimane escluso l'obbligo di trasmissione nei confronti del comitato regionale per i servizi radiotelevisivi ed il silenzio dell'Autorità non implica verifica di legittimità del codice, che rimane riservata al momento della segnalazione di eventuali violazioni.

Art. 8

Circuiti

1. Le trasmissioni in contemporanea da parte di emittenti locali che operano in circuiti nazionali comunque denominati sono considerate, ai fini del presente atto, come trasmissioni in ambito nazionale; il consorzio costituito per la gestione del circuito o in difetto le singole emittenti che fanno parte del circuito, sono tenuti, in particolare, al rispetto delle disposizioni dell'art. 7, comma 4.

2. Rimangono ferme per ogni emittente del circuito, per il tempo di trasmissione autonoma, le disposizioni previste per le emittenti locali, ivi compresa quella di cui all'art. 7, comma 5.

3. Ogni emittente risponde direttamente delle violazioni realizzatesi nell'ambito delle trasmissioni in contemporanea.

Art. 9

Modalità delle trasmissioni di propaganda

1. I programmi di propaganda elettorale possono realizzarsi nelle formule e nelle modalità definite dall'emittente secondo criteri che, in relazione alla struttura ed ai tempi relativi, consentano, in condizioni di parità, una corretta illustrazione delle rispettive posizioni da parte dei singoli competitori. I programmi di propaganda elettorale, anche se di breve durata, debbono essere introdotti da un'indicazione della relativa natura e debbono avere autonomia nell'ambito del palinsesto.

2. Gli spazi di propaganda debbono essere segnalati come tali.

3. Le trasmissioni di propaganda elettorale relativo allo stesso collegio uninominale debbono andare in onda in identica fascia oraria e debbono rispettare nella loro rispettiva articolazione il criterio di parità. Eventuali registrazioni debbono essere tutte effettuate, compatibilmente con le esigenze tecniche ed organizzative, con analogo anticipo rispetto alla data ed all'ora della trasmissione.

4. I soggetti di cui all'art. 6, anche attraverso un eventuale responsabile delle trasmissioni di propaganda, sono tenuti a far osservare le regole del codice di autoregolamentazione e ad assicurare comunque che vengano rispettati i principi di lealtà e correttezza del dialogo democratico.

Art. 10

Tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda

1. Le tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale sono determinate da ciascuna emittente, secondo le rispettive politiche tariffarie, in misura comunque non eccedente il limite rappresentato dal trentacinque per cento dei prezzi di listino vigenti per la cessione dei corrispondenti spazi di pubblicità tabellare commerciale.

2. Debbono essere riconosciute a tutti i richiedenti di spazi di propaganda le condizioni di miglior favore praticate ad alcuno di essi.

3. Ogni soggetto di cui all'art. 6 è tenuto a far verificare, in modo documentale, a richiesta, a qualunque interessato, al competente comitato regionale per i servizi radiotelevisivi ed ai competenti organi periferici dell'Amministrazione delle comunicazioni le condizioni praticate per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale nonché i listini in vigore per la cessione degli spazi di pubblicità in relazione ai quali ha determinato le tariffe per l'accesso agli stessi spazi di propaganda.

CAPO II PUBBLICITÀ ELETTORALE

Art. 11 *Divieto di pubblicità*

1. Nei trenta giorni precedenti la data della votazione è vietata, ai sensi dell'art. 2 della legge 10 dicembre 1993, n. 515, la pubblicità elettorale.

2. Si considerano forme di pubblicità vietata, oltre agli spot:

a) le trasmissioni contenenti esclusivamente elementi di spettacolarizzazione, scene artificiosamente accattivanti anche per la non genuinità di eventuali prospettazioni informative, slogan, inviti al voto non accompagnati da un'adeguata — ancorché succinta — presentazione politica di candidati e/o di programmi e/o di linee;

b) le trasmissioni che usano, attraverso elementi atti a destare rifiuto, le stesse tecniche di suggestione indicate sotto la lettera a) per offrire esclusivamente un'immagine negativa dei competitori.

CAPO III PROGRAMMI E SERVIZI INFORMATIVI

Art. 12 *Programmi e servizi informativi; altri programmi*

1. A decorrere dal trentesimo giorno precedente la data della votazione, nei programmi radio-televisivi di informazione, anche non elettorale, riconducibili alla responsabilità di una specifica testata giornalistica registrata nei modi previsti dall'art. 10, comma 1, della legge 6 agosto 1990, n. 223, la presenza di candidati, esponenti di partiti e movimenti politici, membri del Governo, delle giunte e dei consigli regionali della Lombardia e della Puglia, delle giunte e dei consigli provinciali e comunali dei comuni di cui all'elenco allegato, è ammessa esclusivamente nei limiti della esigenza di assicurare la completezza e l'imparzialità dell'informazione. In particolare:

a) la presenza di candidati, esponenti di partiti e movimenti politici, membri del Governo è ammessa solo in quanto risponda all'esigenza di assicurare una corretta informazione su fatti o eventi di interesse giornalistico, non attinenti alla competizione elettorale, legati all'attualità della cronaca;

b) la presenza dei membri delle giunte e dei consigli regionali nonché delle giunte e dei consigli provinciali e comunali è ammessa qualora sia esclusivamente riferita a fatti o eventi di rilevanza locale non attinenti alla competizione elettorale;

c) può essere mandata in onda la ripresa in diretta o registrata di fatti o eventi di cui siano partecipi i soggetti indicati nelle lettere a) e b), che attengano alla competizione elettorale o comunque rilevino ai fini di questa, al limitato scopo di assicurare la completezza dell'informazione, sempre che la ripresa abbia una durata commisurata a quella media delle altre notizie recate dalla stessa trasmissione informativa, sia limitata ad immagini commentate senza brani in voce dei soggetti anzidetti e sia garantita la corretta e neutrale rappresentazione delle posizioni espresse; la selezione dei fatti e degli eventi da riprendere, per quanto in particolare riguarda manifestazioni o comizi, deve rispondere ad un criterio di pari opportunità per le diverse parti impegnate nella competizione elettorale nell'arco dell'intero ciclo dei servizi trasmessi a decorrere dal trentesimo giorno precedente la data della votazione.

2. Qualora nel corso di servizi e programmi di informazione vengano trattate questioni di rilievo ai fini della competizione elettorale, le posizioni rispettivamente assunte al riguardo dalle diverse forze politiche impegnate nella competizione devono essere rappresentate in modo corretto e completo. Rimane salva la libertà di commento e di critica che, in una chiara distinzione tra l'informazione e l'opinione, salvaguardi comunque il rispetto delle persone.

3. Nei programmi e servizi di informazione elettorale realizzati con l'intervento esclusivo degli operatori della comunicazione le emittenti radiotelevisive sono tenute a garantire la parità di trattamento tra i diversi competitori nonché la completezza e l'imparzialità dell'informazione.

4. Nel complesso dei programmi e dei servizi informativi elettorali relativi allo stesso collegio uninominale a ciascun competitore deve essere assicurata la stessa misura globale di tempo senza dissuguaglianza nelle fasce orarie della messa in onda. Un'equa distribuzione del tempo deve essere particolarmente osservata negli ultimi giorni prima della votazione. La selezione del pubblico, ove sia ammesso, nelle trasmissioni in cui partecipano i candidati o i rappresentanti delle forze politiche in competizione, deve salvaguardare una presenza equilibrata delle diverse posizioni. Il conduttore ha il dovere di curare che durante la trasmissione il pubblico mantenga un contegno corretto.

5. Fatto salvo quanto previsto nei precedenti commi in relazione ai programmi e servizi informativi, è vietata la presenza dei soggetti di cui al comma 1 in tutte le trasmissioni radiotelevisive diverse da quelle di propaganda elettorale. Non si considera presenza in trasmissione la ripresa dei soggetti anzidetti 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 rimangano esclusi interventi personali o citazioni dei soggetti medesimi.

6. È fatto comunque divieto a registi, a conduttori ed ospiti dei programmi di qualsiasi genere di fornire, nel contesto di questi, anche in forma indiretta, indicazioni di voto o manifestare proprie preferenze di voto.

7. Ai fini di quanto previsto nel comma 1 si intendono ricompresi nei fatti od eventi di interesse giornalistico legati all'attualità della cronaca, limitatamente ai tre giorni immediatamente successivi, anche gli esiti di altre consultazioni elettorali cadenti nell'arco temporale considerato dal presente atto.

CAPO IV DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 13 *Conservazione delle registrazioni*

1. I soggetti di cui all'art. 6 sono tenuti a conservare la registrazione della comunicazione preventiva di cui allo stesso articolo. Tutti i soggetti che svolgono attività radiotelevisiva con diffusione nei comuni di cui all'elenco allegato sono tenuti a conservare le registrazioni della totalità dei programmi trasmessi sino al giorno della votazione per i tre mesi successivi a tale data, salvo comunque l'obbligo di conservare sino alla conclusione del procedimento le registrazioni dei programmi in ordine ai quali, nell'anzidetto termine, sia stata notificata contestazione di violazione della normativa recata dalla legge 10 dicembre 1993, n. 515, ovvero delle prescrizioni della commissione parlamentare per l'indirizzo e la vigilanza per i servizi radiotelevisivi ovvero delle disposizioni del presente atto.

Art. 14 *Compiti dei comitati regionali per i servizi radiotelevisivi*

1. I comitati regionali per i servizi radiotelevisivi delle regioni Lombardia e Puglia assicurano la corretta ed uniforme applicazione della normativa e provvedono a:

a) verificare i modi di definizione dei calendari delle trasmissioni di propaganda, anche secondo le eventuali esigenze di alternanza in ragione del numero dei soggetti politici interessati, nonché il rispetto dei calendari medesimi;

b) presenziare agli eventuali sorteggi previsti per la definizione dell'ordine di successione dei soggetti politici interessati nelle varie trasmissioni, nonché ad ogni altro sorteggio previsto nei

codici di autoregolamentazione delle singole emittenti per la disciplina di qualsiasi altro aspetto delle trasmissioni di propaganda;

c) verificare la corretta e trasparente applicazione dei criteri enunciati nel codice di autoregolamentazione per le presenze dei giornalisti nelle trasmissioni realizzate nelle forme della conferenza stampa;

d) verificare il rispetto delle disposizioni degli articoli 1 e 2 della legge 10 dicembre 1993, n. 515, nonché delle disposizioni dettate per la concessionaria del servizio pubblico dalla commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi per quanto concerne le trasmissioni a carattere regionale, e delle disposizioni dettate per l'emittenza privata con il presente atto.

2. Nei casi di ritenute violazioni da parte di un'emittente avente sede o domicilio eletto nell'area di competenza, il comitato regionale per i servizi radiotelevisivi la richiama al rispetto della normativa, raccoglie i necessari elementi di valutazione e riferisce senza indugio all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ai fini delle conseguenti determinazioni di competenza, fornendo anche ogni utile indicazione in ordine alle condizioni economiche e patrimoniali dell'emittente medesima.

3. Per il tempestivo espletamento dei compiti dei comitati regionali i gruppi della Guardia di finanza inviano direttamente ad essi, senza indugio, le denunce ricevute nei confronti di emittenti aventi sede o domicilio eletto nell'ambito territoriale di competenza, corredandole della relativa registrazione dei programmi denunciati.

4. I responsabili degli organi periferici del Ministero delle comunicazioni segnalano senza indugio all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni le violazioni delle norme di cui al comma 1, lettera d), e collaborano, a richiesta, anche con i comitati regionali per i servizi radiotelevisivi ai quali inviano, comunque, copia delle segnalazioni dirette all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

TITOLO III

DISPOSIZIONI COMUNI ALLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA ED ALLA RADIODIFFUSIONE SONORA E TELEVISIVA

Art. 15

Accesso agli spazi di propaganda

1. La concessione di uno spazio per propaganda elettorale ad un candidato determina, in applicazione delle disposizioni della legge 10 dicembre 1993, n. 515, l'obbligo di consentire a tutti gli altri candidati che siano impegnati nella competizione elettorale nel medesimo collegio uninominale, l'accesso ad analogo spazio di propaganda elettorale ad identiche condizioni.

Art. 16

Divieto di propaganda

1. Nel giorno precedente ed in quello stabilito per la votazione è vietata qualsiasi forma di propaganda oltre che di pubblicità.

Art. 17

Sondaggi

1. Ai sensi dell'art. 6 della legge 10 dicembre 1993, n. 515, nei quindici giorni precedenti la data della votazione e sino alla chiusura delle operazioni di voto, è vietato rendere pubblici o comunque diffondere i risultati di sondaggi demoscopici sull'esito dell'elezione e sugli orientamenti

politici e di voto degli elettori anche se effettuati anteriormente alla data di decorrenza del divieto anzidetto. La violazione del divieto, se commessa durante lo svolgimento delle votazioni, è sanzionata anche penalmente a norma dell'art. 15, comma 4, della legge 10 dicembre 1993, n. 515, come sostituito dall'art. 1 del decreto-legge 4 febbraio 1994, n. 88, convertito con legge 24 febbraio 1994, n. 127.

2. Fermo il divieto di cui al comma 1, nel periodo precedente a quello ivi considerato la diffusione o pubblicazione anche parziale dei risultati dei sondaggi deve essere accompagnata 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 acquirenti;

c) numero delle persone interpellate e universo di riferimento;

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

e) domande rivolte;

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

g) criteri seguiti per la formazione del campione;

h) date in cui è stato realizzato il sondaggio.

3. Le disposizioni dei precedenti commi si applicano anche per le pubblicazioni o diffusioni di risultati che indichino la sola posizione reciproca dei competitori.

4. Fino alla chiusura delle operazioni di voto è vietata la pubblicazione e la trasmissione dei risultati di inviti, rivolti al pubblico o a soggetti selezionati anche nel corso di inchieste giornalistiche, ad esprimere in qualsiasi forma e con qualsiasi mezzo le proprie preferenze di voto ovvero i propri orientamenti politici.

Art. 18

Repressione delle violazioni

1. Le sanzioni amministrative pecuniarie stabilite dall'art. 15 della legge 10 dicembre 1993, n. 515, come modificato dall'art. 1, comma 23, del decreto-legge 23 ottobre 1996, n. 545, convertito con legge 23 dicembre 1996, n. 650, per la violazione della legge medesima ovvero delle disposizioni dettate dalla commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza per la concessione del servizio pubblico ovvero delle disposizioni dettate con il presente atto, non sono evitabili con il pagamento in misura ridotta previsto dall'art. 16, della legge 24 novembre 1981, n. 689. Esse si applicano anche a carico dei soggetti a favore dei quali sono state commesse le violazioni qualora ne venga accertata la corresponsabilità.

2. Con salvezza delle sanzioni pecuniarie, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, in caso di violazioni da parte di emittenti radiotelevisive, diffida immediatamente al ripristino delle condizioni dovute, indicando il termine e le modalità della relativa attuazione. Ove nel termine assegnato, che non può comunque eccedere i tre giorni, non vi sia stata ottemperanza, l'Autorità adotta un provvedimento impeditivo dell'attività di radiodiffusione e, nei casi più gravi, segnala la situazione al Ministro delle comunicazioni per la revoca della concessione o dell'autorizzazione. In caso di violazione reiterata l'Autorità può adottare i provvedimenti impeditivi dell'attività di radiodiffusione senza necessità di ulteriore diffida.

Art. 19

Organi ufficiali dei partiti

1. Ai sensi dell'art. 2, comma 3, della legge 10 dicembre 1993, n. 515, le disposizioni sul divieto di pubblicità e sulle condizioni di parità non si applicano agli organi ufficiali di stampa e radiofonica dei partiti e movimenti politici.

2. Si considera organo ufficiale di partito o movimento politico il giornale quotidiano o periodico che risulta registrato come tale presso la cancelleria del tribunale ovvero che rechi indicazione in tal senso nella testata ovvero che risulti indicato come tale nello statuto o altro atto ufficiale del partito o del movimento politico. I partiti ed i movimenti politici sono tenuti a fornire con tempestività all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni le indicazioni al riguardo necessarie.

3. Si considera organo ufficiale di partito o di movimento politico l'emittente titolare di testata giornalistica che risulti registrata come organo del partito presso la cancelleria del tribunale ovvero che risulti indicata come tale nello statuto o altro atto ufficiale del partito o del movimento politico. I partiti ed i movimenti politici sono tenuti a fornire con tempestività all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ed al comitato regionale per i servizi radiotelevisivi territorialmente competente per il luogo ove ha sede l'emittente, le indicazioni al riguardo necessarie.

Art. 20 *Rettifiche*

1. Al fine di tutelare il preminente interesse alla trasparenza ed alla correttezza della competizione elettorale, i giornali quotidiani e periodici e le emittenti radiotelevisive sono tenuti a provvedere immediatamente alle rettifiche rispettivamente previste dall'art. 8, della legge 2 febbraio 1948, n. 47, e dall'art. 10 della legge 6 agosto 1990, n. 223.

Art. 21

1. Il presente atto diviene operativo con la pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana.

Napoli, 6 maggio 1999

Il Presidente
Enzo Cheli

ALLEGATO

ELEZIONI SUPPLETIVE CAMERA DEI DEPUTATI

a) Collegio uninominale n. 24 della circoscrizione Lombardia 2:

Borgosatollo;

Brescia (Fiumicello, Primo Maggio, Fornaci, Chiesanuova, Villaggio Sereno, Don Bosco, Folzano, Lammarmora, Porta Cremona, Bettole-Buffalora, Caionvico, Sant'Eufemia, Brescia Antica, Centro Storico Nord, Centro Storico Sud, San Polo);

Flero;

San Zeno Naviglio.

b) Collegio uninominale n. 7 della circoscrizione Puglia:

Lecce;

San Cesario di Lecce;

Surbo.

PROVVEDIMENTO 12 maggio 1999

Disposizioni per la stampa e l'emittenza radiotelevisiva relative alla campagna per l'elezione suppletiva del Senato della Repubblica nel collegio uninominale n. 7 della regione Puglia

L'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Vista la legge 10 dicembre 1993, n. 515, sulla disciplina delle campagne elettorali per l'elezione della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica;

Rilevato che per il giorno 27 giugno 1999 sono stati convocati i comizi per l'elezione suppletiva del Senato della Repubblica nel collegio uninominale n. 7 della regione Puglia;

DISPONE:

Per l'elezione suppletiva del Senato della Repubblica nel collegio uninominale n. 7 della regione Puglia - interessate i comuni di cui all'elenco allegato - fissata per il 27 giugno 1999, si applicano integralmente le disposizioni dettate con atto 6 maggio 1999 (in corso di pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale*) per le elezioni suppletive della Camera dei deputati (collegio uninominale n. 24 della circoscrizione Lombardia 2 e n. 7 della circoscrizione Puglia) fissate per lo stesso giorno 27 giugno 1999.

Il presente atto diviene operativo con la pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana.

Napoli, 12 maggio 1999

Il Presidente
Enzo Cheli

ALLEGATO

SENATO DELLA REPUBBLICA*Collegio uninominale n. 7 della regione Puglia:*

Arnesano;
Campi Salentina;
Carmiano;
Cavallino;
Guagnano;
Lecce;
Lequile;
Lizzanello;
Monteroni di Lecce;
Novoli;
Salice Salentino;
San Cesario di Lecce;
San Donato di Lecce;
San Pietro in Lama;
Squinzano;
Surbo;
Trepuzzi;
Veglie.

DELIBERAZIONE 15 ottobre 1999

Disposizioni per la stampa e l'emittenza radiotelevisiva relative alla campagna per le elezioni suppletive della Camera dei deputati nei collegi uninominali n. 12 della circoscrizione Emilia-Romagna, n. 8 della circoscrizione Toscana, n. 6 della circoscrizione Umbria, n. 5 della circoscrizione Basilicata, nonché del Senato della Repubblica nel collegio uninominale n. 6 della regione Marche, fissate per il giorno 28 novembre 1999 (Deliberazione n. 3/CSP/99)

L'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Nella riunione della Commissione per i servizi e prodotti del 14 ottobre 1999;

Vista la legge 10 dicembre 1993, n. 515, sulla disciplina delle campagne elettorali per l'elezione alla Camera dei deputati e al Senato della Repubblica;

Rilevato che per il giorno 28 novembre 1999 sono stati convocati i comizi per le elezioni suppletive della Camera dei deputati nei collegi uninominali n. 12 della circoscrizione Emilia Romagna, n. 8 della circoscrizione Toscana, n. 6 della circoscrizione Umbria, n. 5 della circoscrizione Basilicata, nonché del Senato della Repubblica nel collegio uninominale n. 6 della regione Marche;

Visto l'art. 1, comma 6, lettera b), n. 9, della legge 31 luglio 1997, n. 249, sull'istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni;

Ritenuta la necessità di provvedere, relativamente alle elezioni suppletive anzidette, alla definizione delle modalità e dei contenuti della comunicazione di cui all'art. 1, comma 2, della legge 10 dicembre 1993, n. 515, nonché alla definizione delle regole per assicurare l'attuazione del principio di parità nelle concrete modalità di utilizzazione degli spazi di propaganda sulla stampa quotidiana e periodica e nella radiodiffusione sonora e televisiva e per assicurare il concreto conseguimento degli obiettivi di parità di trattamento anche nei programmi e servizi di informazione elettorale dei programmi radiotelevisivi;

Ritenuta la necessità di provvedere altresì alla definizione dei criteri di determinazione e dei limiti massimi delle tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale sulla stampa quotidiana e periodica e nella radiodiffusione sonora e televisiva;

Ritenuta l'estraneità delle trasmissioni di propaganda elettorale e degli inerenti avvisi ai limiti quantitativi previsti per le emittenti radiotelevisive in materia di pubblicità commerciale;

Ritenuti concretamente rilevanti, ai fini della campagna elettorale, gli editori che pubblicano testate quotidiane o periodiche, ovvero edizioni locali di queste, aventi diffusione nei comuni di cui all'elenco allegato nonché le emittenti radiotelevisive che hanno diffusione negli stessi comuni;

Udita la relazione del Commissario dott. Giuseppe Sangiorgi, relatore ai sensi dell'art. 32 del regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA:

TITOLO I**STAMPA PERIODICA E QUOTIDIANA****CAPO I****PROPAGANDA ELETTORALE****Art. 1*****Comunicazione preventiva***

1. Gli editori di giornali quotidiani e periodici o di edizioni locali di questi, con diffusione che si estende ai comuni di cui all'elenco allegato, che intendono diffondere a qualsiasi titolo,

nei trenta giorni precedenti la data della votazione, propaganda elettorale per le elezioni suppletive della Camera dei deputati nei collegi uninominali n. 12 della circoscrizione Emilia Romagna, n. 8 della circoscrizione Toscana, n. 6 della circoscrizione Umbria, n. 5 della circoscrizione Basilicata, nonché del Senato della Repubblica nel collegio uninominale n. 6 della regione Marche, fissate per il giorno 28 novembre 1999, sono tenuti a dare notizia dell'offerta dei relativi spazi entro il giorno 25 ottobre 1999, attraverso un apposito comunicato pubblicato sulla stessa testata interessata alla diffusione della propaganda. Per la stampa periodica si tiene conto della data di effettiva distribuzione e non di quella di copertina. Ove in ragione della periodicità della testata non sia stato possibile pubblicare su di questa, nel termine anzidetto, il comunicato preventivo, la diffusione di propaganda non potrà avere inizio che dal numero successivo a quello recante la pubblicazione del comunicato sulla testata, salvo che il comunicato sia stato pubblicato, nel termine prescritto e nei modi di cui al comma 2, su altra testata, quotidiana o periodica, di analoga diffusione.

2. Il comunicato preventivo deve essere pubblicato con adeguato rilievo, sia per collocazione sia per modalità grafiche, e deve precisare:

a) l'avvenuta predisposizione di un codice di autoregolamentazione per la definizione degli spazi disponibili, nonché delle condizioni generali dell'accesso, con indicazione dell'indirizzo e del numero di telefono della redazione della testata e degli uffici della concessionaria di pubblicità presso cui il codice di autoregolamentazione è depositato;

b) le condizioni temporali di prenotazione degli spazi con puntuale indicazione del termine ultimo, rapportato ad ogni singolo giorno di pubblicazione entro il quale gli spazi medesimi possono essere prenotati;

c) le tariffe per l'accesso a tali spazi, quali autonomamente determinate per ogni singola testata secondo i criteri e nei limiti stabiliti nell'art. 4, nonché le eventuali condizioni di gratuità;

d) ogni eventuale ulteriore circostanza od elemento rilevante per la fruizione degli spazi medesimi.

3. Nel caso di edizioni locali o comunque di pagine locali di testate a diffusione nazionale, tali intendendosi ai fini del presente atto le testate con diffusione pluriregionale, dovranno indicarsi distintamente le tariffe praticate per le pagine locali e le pagine nazionali nonché, ove diverse, le altre modalità di cui al precedente comma.

4. Il comunicato può essere pubblicato più volte e diffuso anche in ogni altra forma ritenuta opportuna.

5. La pubblicazione del comunicato preventivo costituisce condizione pregiudiziale di legittimità della diffusione di propaganda per la consultazione elettorale nel periodo considerato dal comma 1. In caso di mancato rispetto del termine a tal fine stabilito nel comma 1 e salvo quanto previsto nello stesso comma per le testate periodiche, la diffusione di propaganda non può avere inizio che dal quinto giorno successivo alla data di pubblicazione del comunicato preventivo.

Art. 2

Codice di autoregolamentazione

1. I soggetti di cui all'art. 1 sono tenuti a determinare per ciascuna testata gestita, nell'ambito della loro autonomia e per la disciplina delle pubblicazioni di propaganda, un apposito codice di autoregolamentazione per assicurare che gli spazi disponibili siano equamente distribuiti tra tutti i soggetti interessati che ne facciano richiesta nei termini stabiliti.

2. Il codice di autoregolamentazione deve rimanere a disposizione di chiunque intenda prenderne visione nelle sedi precisate nella comunicazione preventiva di cui all'art. 1, deve essere inviato all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni a richiesta di questa, in qualunque momento, e deve essere comunque conservato dagli editori. È in facoltà degli editori pubblicare il codice di autoregolamentazione della testata interessata.

Art. 3

Modalità dei messaggi di propaganda

1. I messaggi di propaganda debbono essere chiaramente riconoscibili, anche per specifica collocazione, secondo modalità uniformi per ciascuna testata e debbono recare l'indicazione del loro committente.

Art. 4

Tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda

1. Tenute presenti le differenze strutturali delle varie scale tariffarie e delle relative graduazioni normalmente definite dalla stampa in funzione della diversità di natura e tipologia del messaggio pubblicitario, le tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale sono determinate da ciascuna testata, secondo le rispettive politiche tariffarie, in misura comunque non eccedente il limite rappresentato dal valore più alto tra il quaranta per cento della tariffa massima e il settanta per cento della tariffa minima vigenti, per le diverse categorie di pubblicità, sulla testata medesima. Si escludono dal ventaglio delle tariffe cui deve aversi riguardo per tale calcolo le tariffe relative alle pubblicità editoriali.

2. Per le testate a tariffa unica di pubblicità, la tariffa per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale non può eccedere il limite rappresentato dal cinquanta per cento della tariffa medesima.

3. I limiti stabiliti dai commi 1 e 2 si intendono riferiti alle tariffe quali rispettivamente vigenti per le edizioni di pagine locali ovvero per le edizioni o pagine nazionali, nonchè, eventualmente, per i diversi giorni della settimana e per la diversa collocazione del messaggio.

4. Debbono essere riconosciute a tutti coloro che richiedono spazi di propaganda elettorale le condizioni di miglior favore praticate ad uno di essi.

5. Ogni editore è tenuto a far verificare in modo documentale a qualunque interessato, a richiesta, le condizioni praticate per l'accesso agli spazi di propaganda nonchè i listini in relazione ai quali ha determinato le tariffe per gli spazi medesimi.

CAPO II

PUBBLICITÀ ELETTORALE

Art. 5

Divieto di pubblicità elettorale

1. Nei trenta giorni precedenti la data della votazione è vietata, ai sensi dell'art. 2 della legge 10 dicembre 1993, n. 515, la pubblicità elettorale.

2. Si considerano forme di pubblicità vietata le inserzioni di meri slogan positivi o negativi, di foto o disegni e/o di inviti al voto non accompagnati da una, sia pur succinta, presentazione politica di candidati e/o di programmi e/o di linee, ovvero da una critica motivata nei confronti dei competitori.

TITOLO II

RADIODIFFUSIONE SONORA E TELEVISIVA

CAPO I

PROPAGANDA ELETTORALE

Art. 6

Comunicazione preventiva

1. I soggetti che svolgono attività radiotelevisiva con diffusione che si estende ai comuni di cui all'elenco allegato, qualora intendano trasmettere a qualunque titolo, nei trenta giorni precedenti quello della votazione, propaganda elettorale per le elezioni suppletive della Camera dei Deputati nei collegi uninominali n. 12 della circoscrizione Emilia Romagna, n. 8 della circoscrizione Toscana, n. 6 della circoscrizione Umbria, n. 5 della circoscrizione Basilicata, nonché del Senato della

Repubblica nel collegio uninominale n. 6 della regione Marche, fissate per il giorno 28 novembre 1999, attraverso la cessione di spazi autogestiti e/o attraverso la realizzazione di appositi programmi, sono tenuti a dare preventiva notizia entro il giorno 25 ottobre 1999 dell'offerta dei relativi spazi e/o dei programmi al riguardo previsti, attraverso un apposito comunicato mandato in onda sulla stessa emittente cui gli spazi o i programmi si riferiscono. Tale comunicato deve essere diffuso almeno una volta nella fascia oraria di maggiore ascolto e deve precisare:

a) l'avvenuta predisposizione di un codice di autoregolamentazione per la predeterminazione di tutti gli spazi da cedere e/o dei programmi da realizzare (tavole rotonde, conferenze stampa, tribune e quant'altro), nonché per la definizione delle condizioni generali dell'accesso, con indicazione dell'indirizzo e del numero di telefono delle sedi dell'emittente e degli uffici della concessionaria di pubblicità presso cui il codice è depositato;

b) le eventuali ulteriori forme di pubblicizzazione date al codice di autoregolamentazione;

c) le tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda, come autonomamente determinate per ogni singola emittente secondo i criteri e nei limiti stabiliti nell'articolo 10, nonché le eventuali condizioni di gratuità;

d) le condizioni temporali di prenotazione degli spazi autogestiti ovvero di accettazione dell'invito a partecipare ai programmi di propaganda, con puntuale indicazione del termine ultimo, rapportato ad ogni singolo giorno di trasmissione, entro il quale la prenotazione o l'accettazione debbono intervenire;

e) ogni eventuale ulteriore circostanza ed elemento rilevante per la fruizione degli spazi e/o dei programmi di propaganda, ivi compreso il termine ultimo, rapportato ad ogni singolo giorno di trasmissione, entro il quale è possibile presentare l'eventuale materiale autoprodotta relativo agli spazi già prenotati.

2. L'indicazione di cui al comma 1, lettera c), può essere sostituita con la precisazione che le tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale sono indicate in un apposito documento a disposizione di chiunque voglia prenderne visione presso la sede legale e presso le sedi operative dell'emittente nonché presso gli uffici delle concessionarie di pubblicità.

3. Il comunicato può essere trasmesso più volte ed essere diffuso anche in ogni altra forma ritenuta opportuna.

4. La trasmissione del comunicato preventivo costituisce condizione pregiudiziale di legittimità della diffusione di propaganda per la consultazione elettorale nel periodo considerato nel comma 1. In caso di mancato rispetto del termine a tal fine stabilito nel comma 1, la diffusione di propaganda non può avere inizio che dal quinto giorno successivo alla data di trasmissione del comunicato preventivo.

Art. 7

Codice di autoregolamentazione per le trasmissioni di propaganda

1. I soggetti di cui all'art. 6 sono tenuti a determinare, per ciascuna emittente gestita, nell'ambito della loro autonomia e per la disciplina delle trasmissioni di propaganda, un apposito codice di autoregolamentazione per assicurare, nell'offerta di spazi autogestiti e nella realizzazione di programmi, il rispetto del principio della parità di opportunità per tutti i competitori interessati.

2. Il codice di autoregolamentazione, con riguardo ai trenta giorni precedenti la data della votazione, deve, in particolare, indicare i programmi di propaganda complessivamente previsti e/o determinare gli spazi complessivamente disponibili per la propaganda.

3. Il codice di autoregolamentazione deve rimanere a disposizione di chiunque intenda prenderne visione presso le sedi e gli uffici previsti nella comunicazione preventiva di cui all'art. 6 e deve comunque essere conservato dall'emittente.

4. Entro il giorno 26 ottobre 1999 i soggetti che svolgono attività radiotelevisiva in ambito nazionale inviano all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni copia del codice di autoregolamentazione. Nel caso di mancato rispetto del termine per il comunicato preventivo di cui al-

l'art. 6, fermo quanto disposto nel comma 4 dello stesso articolo, il codice di autoregolamentazione deve essere inviato all'Autorità entro il giorno successivo a quello in cui viene diffuso il comunicato preventivo.

5. Nello stesso termine di cui al comma 4 i soggetti che svolgono attività radiotelevisiva in ambito locale inviano copia del codice di autoregolamentazione al competente comitato regionale per i servizi radiotelevisivi. In caso di invio del codice di autoregolamentazione all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, non rimane escluso l'obbligo di trasmissione nei confronti del comitato regionale per i servizi radiotelevisivi ed il silenzio dell'Autorità non implica verifica di legittimità del codice, che rimane riservata al momento della segnalazione di eventuali violazioni.

Art. 8

Circuiti

1. Le trasmissioni in contemporanea da parte di emittenti locali che operano in circuiti nazionali comunque denominati sono considerate, ai fini del presente atto, come trasmissioni in ambito nazionale; il consorzio costituito per la gestione del circuito o, in difetto, le singole emittenti che fanno parte del circuito, sono tenuti, in particolare, al rispetto delle disposizioni dell'art. 7, comma 4.

2. Rimangono ferme per ogni emittente del circuito, per il tempo di trasmissione autonoma, le disposizioni previste per le emittenti locali, ivi compresa quella di cui all'art. 7, comma 5.

3. Ogni emittente risponde direttamente delle violazioni realizzatesi nell'ambito delle trasmissioni in contemporanea.

Art. 9

Modalità delle trasmissioni di propaganda

1. I programmi di propaganda elettorale possono realizzarsi nelle formule e nelle modalità definite dall'emittente secondo criteri che, in relazione alla struttura ed ai tempi relativi, consentano, in condizioni di parità, una corretta illustrazione delle rispettive posizioni da parte dei singoli competitori. I programmi di propaganda elettorale, anche se di breve durata, debbono essere introdotti da un'indicazione della relativa natura e debbono avere autonomia nell'ambito del palinsesto.

2. Gli spazi di propaganda debbono essere segnalati come tali.

3. Le trasmissioni di propaganda elettorale relative allo stesso collegio uninominale debbono andare in onda in identica fascia oraria e debbono rispettare nella loro rispettiva articolazione il criterio di parità. Eventuali registrazioni debbono essere tutte effettuate, compatibilmente con le esigenze tecniche ed organizzative, con analogo anticipo rispetto alla data ed all'ora della trasmissione.

4. I soggetti di cui all'art. 6, anche attraverso un eventuale responsabile delle trasmissioni di propaganda, sono tenuti a far osservare le regole del codice di autoregolamentazione e ad assicurare comunque che vengano rispettati i principi di lealtà e correttezza del dialogo democratico.

Art. 10

Tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda

1. Le tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale sono determinate da ciascuna emittente, secondo le rispettive politiche tariffarie, in misura comunque non eccedente il limite rappresentato dal trentacinque per cento dei prezzi di listino vigenti per la cessione dei corrispondenti spazi di pubblicità tabellare commerciale.

2. Debbono essere riconosciute a tutti i richiedenti di spazi di propaganda le condizioni di miglior favore praticate ad alcuno di essi.

3. Ogni soggetto di cui all'art. 6 è tenuto a far verificare, in modo documentale, a richiesta, a qualunque interessato, al competente comitato regionale per i servizi radiotelevisivi ed ai competenti organi periferici dell'Amministrazione delle comunicazioni le condizioni praticate per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale nonché i listini in vigore per la cessione degli spazi di pubblicità in relazione ai quali ha determinato le tariffe per l'accesso agli stessi spazi di propaganda.

CAPO II PUBBLICITÀ ELETTORALE

Art. 11 *Divieto di pubblicità*

1. Nei trenta giorni precedenti la data della votazione è vietata, ai sensi dell'art. 2 della legge 10 dicembre 1993, n. 515, la pubblicità elettorale.

2. Si considerano forme di pubblicità vietata, oltre agli spot:

a) le trasmissioni contenenti esclusivamente elementi di spettacolarizzazione, scene artificialmente accattivanti anche per la non genuinità di eventuali prospettazioni informative, slogan, inviti al voto non accompagnati da un'adeguata - ancorché succinta - presentazione politica di candidati e/o di programmi e/o di linee;

b) le trasmissioni che usano, attraverso elementi atti a destare rifiuto, le stesse tecniche di suggestione indicate sotto la lettera a) per offrire esclusivamente un'immagine negativa dei competitori.

CAPO III PROGRAMMI E SERVIZI INFORMATIVI

Art. 12 *Programmi e servizi informativi - Altri programmi*

1. A decorrere dal trentesimo giorno precedente la data della votazione, nei programmi radio-televisivi di informazione, anche non elettorale, riconducibili alla responsabilità di una specifica testata giornalistica registrata nei modi previsti dall'art. 10, comma 1, della legge 6 agosto 1990, n. 223, la presenza di candidati, esponenti di partiti e movimenti politici, membri del Governo, delle giunte e dei consigli regionali dell'Emilia Romagna, Toscana, Umbria, Basilicata e delle Marche, delle giunte e dei consigli provinciali e comunali dei comuni di cui all'elenco allegato, è ammessa esclusivamente nei limiti della esigenza di assicurare la completezza e l'imparzialità dell'informazione. In particolare:

a) la presenza di candidati, esponenti di partiti e movimenti politici, membri del Governo è ammessa solo in quanto risponda all'esigenza di assicurare una corretta informazione su fatti o eventi di interesse giornalistico, non attinenti alla competizione elettorale, legati all'attualità della cronaca;

b) la presenza dei membri delle giunte e dei consigli regionali nonché delle giunte e dei consigli provinciali e comunali è ammessa qualora sia esclusivamente riferita a fatti o eventi di rilevanza locale non attinenti alla competizione elettorale;

c) può essere mandata in onda la ripresa in diretta o registrata di fatti o eventi di cui siano partecipi i soggetti indicati nelle lettere a) e b), che attengano alla competizione elettorale o comunque rilevino ai fini di questa, al limitato scopo di assicurare la completezza dell'informazione, sempre che la ripresa abbia una durata commisurata a quella media delle altre notizie recate dalla stessa trasmissione informativa, sia limitata ad immagini commentate senza brani in voce dei soggetti anzidet- ti e sia garantita la corretta e neutrale rappresentazione delle posizioni espresse; la selezione dei fat- ti e degli eventi da riprendere, per quanto in particolare riguarda manifestazioni o comizi, deve ri-