

# COMMISSIONE PARLAMENTARE

## per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi

### S O M M A R I O

Sulla pubblicità dei lavori .....	118
Disposizioni in materia di comunicazione politica, tribune, messaggi autogestiti e informazione della società concessionaria del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale in relazione alla campagna per il referendum popolare indetto per il giorno 4 dicembre 2016 (relatori Verducci e Crosio) ( <i>Esame e rinvio con il seguente nuovo titolo: « Disposizioni in materia di comunicazione politica, tribune, messaggi autogestiti e informazione della società concessionaria del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale in relazione alla campagna per il referendum popolare confermativo indetto per il giorno 4 dicembre 2016 »</i> ) .....	118
Comunicazioni del presidente .....	120
ALLEGATO ( <i>Quesiti per i quali è pervenuta risposta scritta alla Presidenza della Commissione – dal n. 490/2392 al n. 493/2399</i> ) .....	121
UFFICIO DI PRESIDENZA INTEGRATO DAI RAPPRESENTANTI DEI GRUPPI .....	120

Mercoledì 5 ottobre 2016. – Presidenza  
del presidente Roberto FICO.

**La seduta inizia alle 14.15.**

**Sulla pubblicità dei lavori.**

Roberto FICO, *presidente*, comunica che ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso.

**Disposizioni in materia di comunicazione politica, tribune, messaggi autogestiti e informazione della società concessionaria del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale in relazione alla campagna per il referendum popolare indetto per il giorno 4 dicembre 2016 (relatori Verducci e Crosio).**

(*Esame e rinvio con il seguente nuovo titolo: « Disposizioni in materia di comunicazione politica, tribune, messaggi autogestiti e informazione della società concessionaria del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale in relazione alla campagna per il referendum popolare confermativo indetto per il giorno 4 dicembre 2016 »*).

Roberto FICO, *presidente*, ricorda che nella seduta dello scorso 29 settembre i colleghi Verducci e Crosio hanno illustrato lo schema di delibera in esame.

Dichiara quindi aperta la discussione generale.

Il senatore Maurizio GASPARRI (FI-PdL XVII) informa la Commissione di aver presentato oggi, insieme con i colleghi Brunetta, Crosio e D'Ambrosio Lettieri, una proposta di risoluzione volta ad impegnare, in relazione alla prossima con-

sultazione referendaria del 4 dicembre, il sistema informativo della Rai al rispetto, nelle more dell'approvazione della delibera in esame, del principio di equilibrio paritario tra l'informazione a sostegno del sì e quella a sostegno del no, riservando gli spazi del Governo all'attività dell'esecutivo e non alla propaganda per la consultazione referendaria.

Il deputato Renato BRUNETTA (FI-PdL) sottolinea che la necessità di un esame tempestivo della proposta di risoluzione è avvalorata anche dal fatto che il Presidente del Consiglio ha invitato tutti gli altri componenti del Governo a partecipare attivamente alla campagna referendaria. Auspica quindi che gli interventi dei ministri non siano ascritti al Governo ma alla posizione favorevole al sì quando trattano le tematiche referendarie.

Il senatore Luigi D'AMBROSIO LETTIERI (CoR), in riferimento allo schema di delibera presentato dai relatori, ritiene che la sua finalità preminente sia l'attuazione dei principi fissati dalla legge n. 28 del 2000 che si condensano nella parità di accesso ai mezzi di informazione da parte dei diversi soggetti politici.

Esprime poi rilievi sulla formulazione di alcuni articoli. In particolare, chiede che all'articolo 8, comma 3, sia stabilita una previsione più dettagliata circa la diffusione all'estero dei programmi informativi concernenti il referendum costituzionale e che tra i requisiti indicati per l'ammissione delle richieste di partecipazione ai programmi di comunicazione politica avanzate dai soggetti di cui all'articolo 2, comma 1, lettera e), sia meglio precisato il criterio della rilevanza nazionale di tali organismi. Segnala altresì che la formulazione dell'articolo 11, comma 2, che conterrebbe le modalità cui la Commissione deve conformarsi per esprimere le proprie valutazioni, risulta di difficile comprensione non definendo alcuna procedura. Rileva, inoltre, come i riferimenti ai « trenta giorni precedenti la consultazione referendaria » contenuti negli articoli 8 e 10 si pongano in contraddizione

con la previsione dell'entrata in vigore della delibera all'indomani della pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale*.

Auspica infine che la Commissione possa redigere un unico schema di provvedimento in materia di comunicazione politica, valido per tutte le consultazioni, integrandolo con gli adeguamenti che si ritenessero volta a volta strettamente necessari.

Il deputato Vinicio Giuseppe Guido PELUFFO (PD), pur non trovandosi d'accordo con la proposta di risoluzione avanzata dal senatore Gasparri, propone che la relativa discussione sia affrontata nella riunione dell'Ufficio di presidenza, integrato con i rappresentanti dei Gruppi, convocato al termine della seduta odierna.

In riferimento a dichiarazioni espresse in agenzie di stampa dal presidente e dall'onorevole Brunetta circa presunte inadempienze dell'Agcom in ordine ai dati del monitoraggio dei tempi di parola e di notizia in materia di referendum costituzionale, sottolinea che il tema è stato già trattato dalla Commissione e che un'eventuale riapertura del dibattito avrebbe un carattere strumentale.

Circa lo schema di delibera, nel ringraziare i relatori per il lavoro svolto congiuntamente, rileva come la durata di 30 minuti prevista per i confronti all'articolo 6, possa essere controproducente in termini di ascolti. Suggestisce altresì che la Rai possa, nell'osservanza dei principi e delle dettagliate prescrizioni contenute nell'articolo 8 in tema di informazione, individuare, oltre alle trasmissioni di comunicazione politica, ulteriori forme di approfondimento informativo, più appetibili per il pubblico, anche attraverso l'utilizzo di nuovi *format* e modalità di conduzione, come dimostrano i risultati ottenuti da altre emittenti.

Il senatore Alberto AIROLA (M5S), in relazione alla proposta del senatore Gasparri, dichiara che il proprio Gruppo appoggerà qualunque iniziativa che vada in direzione della tutela del pluralismo nell'informazione.

Stigmatizza il comportamento del presidente dell'Agcom nella precedente audizione in Commissione perché poco rispettoso delle prerogative di un organo parlamentare. Sostiene che l'Autorità debba svolgere il proprio ruolo e monitorare costantemente le violazioni alla *par condicio*, non soltanto relativamente al rispetto dei tempi, ma anche al montaggio dei servizi.

Quanto allo schema di delibera, si chiede se non sia meglio ridurre a sette giorni il termine previsto all'articolo 11, comma 3, e, qualora i programmi di comunicazione politica dovessero essere tutti trasmessi con la lingua dei segni, occorrerebbe valutarne gli effetti ai fini dell'efficacia della comunicazione.

Il deputato Maurizio LUPI (AP), nell'esprimere apprezzamento per il prezioso lavoro svolto dai relatori, ricorda che si è già in regime di *par condicio* dalla data di indizione del referendum. Quanto alla delibera in esame, è dell'avviso che sia necessario rafforzare la disposizione di cui all'articolo 8, prevedendo che il servizio pubblico fornisca la massima informazione possibile e che questa raggiunga il maggior numero di ascoltatori, vista la bassa percentuale di cittadini che dimostrano di avere una adeguata conoscenza dei temi oggetto del *referendum*.

Si dichiara contrario a relegare l'informazione referendaria in trasmissioni che hanno uno *share* molto basso.

Inoltre, poiché è evidente che gli schieramenti a sostegno del sì e del no sono trasversali, auspica che nei programmi informativi sia rappresentato il pluralismo delle diverse posizioni. In tal senso, si dovrebbero utilizzare *format* che prevedano la partecipazione di pochi soggetti che possano rappresentare compiutamente il proprio punto di vista sui temi oggetto del referendum.

Il deputato Nicola FRATOIANNI (SI-SEL) fa presente che il proprio Gruppo sosterrà qualsiasi iniziativa volta ad impegnare la Rai al rispetto della *par con-*

*dicio*, peraltro già entrata in vigore con l'indizione del referendum. È quindi del parere che nell'Ufficio di presidenza si potrà agevolmente adottare un provvedimento in tal senso.

Quanto alla richiesta all'Agcom dei dati sugli spazi riservati alla posizione del sì e alla posizione del no sui canali della Rai, conferma l'esistenza di un intento strumentale che è quello di far conoscere agli italiani come si sono ripartiti i tempi di parola, notizia e antenna tra i sì e i no nell'informazione Rai. Considera discutibile che questi dati non siano trasmessi con fluidità alla Commissione.

Circa la delibera in esame dichiara di non avere particolari osservazioni sul testo predisposto dai relatori.

Roberto FICO, *presidente*, precisa che a suo giudizio si potrà riaprire in qualsiasi momento il dibattito sui dati dell'Agcom, sempreché quest'ultima li trasmetta.

Rinvia quindi il seguito dell'esame ad altra seduta.

#### **Comunicazioni del presidente.**

Roberto FICO, *presidente*, comunica che sono pubblicati in allegato, ai sensi della risoluzione relativa all'esercizio della potestà di vigilanza della Commissione sulla società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, approvata dalla Commissione il 18 marzo 2015, i quesiti dal n. 490/2392 al n. 493/2399, per i quali è pervenuta risposta scritta alla Presidenza della Commissione (*vedi allegato*).

#### **La seduta termina alle 15.05.**

#### **UFFICIO DI PRESIDENZA INTEGRATO DAI RAPPRESENTANTI DEI GRUPPI**

*Mercoledì 5 ottobre 2016. – Presidenza  
del presidente Roberto FICO.*

L'ufficio di presidenza, integrato dai rappresentanti dei gruppi, si è riunito dalle 15.05 alle 15.30.

## ALLEGATO

**QUESITI PER I QUALI È PERVENUTA RISPOSTA SCRITTA ALLA PRESIDENZA DELLA COMMISSIONE (dal n. 490/2392 al n. 493/2399).**

POLIDORI e BRUNETTA. — *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai.* — Premesso che:

a partire dal 27 ottobre prossimo, su Raitre, andrà in onda la trasmissione condotta da Fabio Fazio « Rischiattutto »;

il programma riprende in toto lo storico quiz degli anni '70 condotto da Mike Bongiorno e prevede la partecipazione di numerosi concorrenti;

i sottoscritti interroganti hanno raccolto le segnalazioni giunte da numerosi cittadini che hanno avvistato, nel corso dell'intera stagione estiva, aerei trainanti i caratteristici striscioni pubblicitari, dedicati proprio alla citata trasmissione;

sugli striscioni aerei, comparsi sui cieli di tutte le principali località balneari italiane, appariva la scritta « Rischiattutto, Ottobre, Rai3 »;

le foto degli striscioni pubblicitari sono altresì pubblicate e tutt'ora visibili sulla pagina Facebook ufficiale del programma « Rischiattutto »;

è evidente che una campagna pubblicitaria di tal genere risulta molto dispendiosa: si tratterebbe quindi di un vero e proprio spreco di risorse pubbliche da parte della RAI, completamente immotivato, anche alla luce della possibilità per la tv pubblica di realizzare una tradizionale campagna televisiva;

si chiede di sapere:

quali siano state le valutazioni alla base della scelta della Rai di intraprendere una onerosa campagna pubblicitaria di questo tipo, invece di affidarsi ad una più consueta e appropriata campagna televisiva;

a quanto ammonti il costo della campagna pubblicitaria di « Rischiattutto » sostenuta dalla Rai e realizzata in tutta Italia attraverso aerei con striscioni pubblicitari. (490/2392)

RISPOSTA. — *In merito alla interrogazione sopra citata si informa di quanto segue.*

*In primo luogo si ritiene opportuno mettere in evidenza come la Rai effettui la promozione dei propri programmi in vari modi:*

*autopromozione sui propri mezzi di comunicazione attraverso « gli annunci dell'emittente relativi ai propri programmi ed ai prodotti collaterali da questi direttamente derivati » (in linea con quanto previsto all'articolo 38, comma 6 del D. Lgs. 177/2005 « Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici », nonché agli artt. 1, lett. f) e articolo 5 della delibera AGCOM 538/01/CSP « Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e telegiornali » e all'articolo 1 della delibera AGCOM 211/08/CSP « Comunicazione interpretativa relativa a taluni aspetti della disciplina della pubblicità televisiva »);*

*campagne pubblicitarie, a titolo oneroso, pianificate sugli altri mezzi di comunicazione (outdoor mediante affissione di cartellonistica stradale, sui mezzi pubblici e in luoghi pubblici, inserzioni sulla carta stampata, campagne cinema e web, ecc.).*

*A tali due forme la Rai ha fatto ricorso per lo sviluppo della campagna relativa a Rischiattutto secondo le modalità di seguito puntualizzate.*

*Per quanto concerne l'ambito dell'auto-promozione, è stata definita una campagna articolata in due fasi:*

1. la prima, dedicata alla ricerca concorrenti, è già stata on air dal 15 giugno al 14 agosto, con 155 passaggi che hanno prodotto 95,6 milioni di contatti lordi, pari a 1,6 GRP;

2. la seconda, dedicata al lancio del programma, sarà on air dal 6 al 27 ottobre, con 350 passaggi ed una stima di oltre 147 milioni di contatti lordi, pari a 2,5 GRP.

Ad integrazione di tale campagna si è ritenuto di affiancare anche una campagna promozionale aerea, con il duplice obiettivo di:

*intercettare un target di pubblico affine a quello potenzialmente interessato al programma, considerato per di più che le modalità di comunicazione promozionale in outdoor risultano essere strategiche soprattutto nel periodo estivo;*

*proporre una formula in linea con lo stile vintage del programma.*

Sotto il profilo economico, il costo della campagna aerea incide nella misura di poco più del 10 per cento del valore complessivo della campagna promozionale del programma.

FICO. – Alla Presidente e al Direttore generale della Rai. – Premesso che:

il sistema radiotelevisivo è informato ai principi costituzionali della libertà di espressione e di opinione ed è chiamato a garantire ai cittadini un'informazione completa ed obiettiva, così da porli in condizione di maturare ed esprimere la propria volontà «avendo presenti punti di vista e orientamenti culturali differenti», come affermato dalla Corte costituzionale nella sentenza n. 112 del 1993;

l'obiettività, la completezza, la lealtà, l'imparzialità, l'apertura alle diverse opinioni e tendenze politiche, fra gli altri, costituiscono principi generali del sistema radiotelevisivo ai sensi dell'articolo 3 del Testo unico dei servizi di media audiovisivi;

ai sensi dell'articolo 7 del Testo unico, l'attività di informazione radiotelevisiva deve garantire «l'accesso di tutti i soggetti politici alle trasmissioni di informazione e di propaganda elettorale e politica in condizioni di parità di trattamento e di imparzialità, nelle forme e secondo le modalità indicate dalla legge»;

tali principi sono stati declinati anche nel contratto di servizio stipulato tra il Ministero dello sviluppo economico e la RAI-Radiotelevisione Italiana Spa per il triennio 2013-2015, il cui articolo 5 afferma che il servizio pubblico «assicura la qualità dell'informazione quale imprescindibile presidio di pluralismo, completezza e obiettività, imparzialità, indipendenza e apertura alle diverse forze politiche e sociali», nel rispetto dei «principi di correttezza, lealtà e buona fede dell'informazione», affinché si favorisca «lo sviluppo del senso critico, civile ed etico della collettività nazionale, nel rispetto del diritto/dovere di cronaca, della verità dei fatti e del diritto dei cittadini ad essere informati»;

nei mesi scorsi le emittenti radiotelevisive nazionali si sono trovate di fronte all'avvio «di fatto» della campagna per il referendum costituzionale previsto entro la fine dell'anno, un'anticipazione che avrebbe richiesto fin dal primo momento, in particolare da parte del servizio pubblico radiotelevisivo, una rappresentazione rigidamente equa e imparziale delle posizioni in campo, nonostante l'avvio della campagna referendaria disciplinata dalla legge n. 28 del 2000 coincida con il decreto di indizione dei comizi;

fin dal primo momento nell'informazione sul referendum costituzionale si sono registrati gravi squilibri, soprattutto sul piano della mediazione giornalistica, come attestano i dati del tempo di notizia nei principali tg Rai rilevati dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e trasmessi, in seguito ad apposita richiesta, alla Commissione parlamentare di vigilanza in data 22 giugno 2016;

dai dati dell'Autorità risulta che nel periodo 20 aprile – 6 giugno, i sostenitori



del Sì hanno fruito del 78 per cento del tempo di notizia complessivamente dedicato al tema del referendum, mentre i sostenitori del No hanno fruito del restante 22 per cento;

anche alla luce di tali abnormi squilibri, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, in ben due occasioni (25 maggio e 7 luglio), ha rivolto alla Rai l'invito ad assicurare un'informazione corretta, completa e imparziale sul tema referendario;

non sembra che gli inviti rivolti dall'Autorità abbiano sortito gli effetti sperati, dal momento che, al di là del tempo fruito dai sostenitori del Sì e del No, gli scriventi hanno continuato a segnalare alla concessionaria una gravissima mancanza di imparzialità e correttezza in particolare nell'informazione del Tg1, in palese violazione dei principi normativi e della parità di trattamento richiesta dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni anche sul tema referendario, considerata la sua centralità nell'agenda politica;

si tratta di squilibri che in molti casi non hanno neppure natura quantitativa, riguardando ad esempio la rappresentazione di una determinata posizione all'interno di un servizio specificamente dedicato al tema del referendum ovvero, più debolmente, in un servizio eterogeneo, nonché il modo in cui la notizia sul referendum viene contestualizzata, oppure ancora la notizia di testimonial «eccellenti» a favore di una determinata tesi, tutti fattori che, a prescindere dalla parità cronometrica, sono suscettibili di rafforzare sensibilmente una delle posizioni in campo, nel caso di specie sempre la posizione del Sì;

nel Tg1 serale del 14 settembre il secondo e il terzo servizio sono dedicati al tema del referendum costituzionale. Nel primo, dopo l'intervento in voce di un partigiano a favore della riforma costituzionale, è illustrata esclusivamente la posizione del premier, sia in voce sia attraverso la mediazione giornalistica. Nel servizio successivo, la posizione del Sì è

nuovamente rappresentata attraverso sia l'*endorsement* del portavoce del cancelliere Angela Merkel sia l'intervento in voce del vicesegretario del Partito democratico Guerini. Segue l'illustrazione della posizione della minoranza del Partito democratico, disponibile a votare Sì al referendum a patto che sia modificata la legge elettorale, e quella di Sinistra Italiana, per bocca del deputato Scotto, intervistato dal giornalista sull'*Italicum*, ma che nella risposta afferma in una battuta la posizione del proprio gruppo sul referendum;

nel Tg1 serale del 15 settembre, nell'ambito del servizio concernente la fissazione della data sul referendum, viene riportato, ancora una volta, un ampio frammento di un intervento in voce di Matteo Renzi sulle ragioni del Sì, ragioni che vengono, subito dopo, ulteriormente riassunte dal giornalista e riaffermate – in un altro servizio – in voce dall'esponente del Nuovo Centrodestra Valentina Castaldini. Sul finale, una dichiarazione di Fratoianni (Sinistra italiana) sulla legge elettorale e sul referendum senza riportare le ragioni del no e una generica battuta di Brunetta (Forza Italia) sempre sul referendum;

quanto appena esposto evidenzia una inspiegabile, schiacciante preponderanza delle voci a sostegno del Sì al referendum, sia dal punto di vista quantitativo sia dal punto di vista qualitativo, in aperta violazione dei più basilari principi dell'informazione radiotelevisiva, sopra ricordati, nonché dei recenti richiami e inviti dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni volti ad assicurare la massima imparzialità e completezza nell'informazione radiotelevisiva sul tema cruciale dell'agenda politica;

si chiede di sapere:

se non ritengano che, per quanto riguarda i servizi del 14 e del 15 settembre, ci troviamo di fronte, ancora una volta, a violazioni gravi dei più basilari principi del pluralismo politico nell'informazione radiotelevisiva, aggravate dal fatto che gli squilibri rilevati riguardano

un tema di straordinaria rilevanza democratica, il referendum costituzionale, proprio per questo oggetto di specifiche raccomandazioni da parte dell'Agcom;

quali misure incisive e immediate, pur nel rispetto dell'autonomia che contraddistingue l'attività giornalistica, intendano adottare affinché la testata in oggetto ponga fine agli squilibri da tempo rilevati nell'informazione sul referendum costituzionale, squilibri proseguiti fino ad oggi senza soluzione di continuità, sia sul piano quantitativo sia sul piano qualitativo, come attestano i fatti citati in premessa.

(493/2399)

RISPOSTA. — *In merito all'interrogazione sopra citata si informa di quanto segue.*

*In linea generale si ritiene opportuno mettere in evidenza come le modalità di esercizio dell'attività giornalistica (in ordine*

*alla completezza, alla lealtà, all'obiettività e in generale alla qualità dell'informazione garantita dalle testate del servizio pubblico) non possano che riflettere l'agenda politica proposta dall'attualità e dalla cronaca, liberamente apprezzata dai direttori e dai giornalisti delle diverse redazioni, secondo la propria sensibilità editoriale, in forza della libertà di espressione, del pensiero e della cronaca/critica garantiti dall'articolo 21 della Costituzione.*

*Nel quadro sopra sintetizzato, con riferimento specifico ai due casi citati nell'interrogazione di cui sopra (in sintesi, il comizio di Renzi con il partigiano e la notizia della fissazione della data del referendum) sono stati giudicati rilevanti ai sensi dell'agenda politica proposta dall'attualità e dalla cronaca; a tal proposito può essere opportuno mettere in evidenza come tali avvenimenti abbiano trovato amplissimo risalto nei quotidiani del giorno successivo.*