



Al presidente e al direttore generale della Rai,

premessi che:

il Contratto di Servizio che regola l'attività della concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo prescrive alla Rai di garantire che le trasmissioni di approfondimento informativo siano rispettose della dignità della persona e della sensibilità dei telespettatori, nonché adeguate ai livelli di qualità e di responsabilità che competono al servizio pubblico radiotelevisivo;

il Codice Etico della Rai, in particolare nei punti 2.12 e 2.13, specifica che l'informazione svolta dal Servizio Pubblico deve distinguersi per la qualità del messaggio, oltre che per i contenuti;

la responsabilità nei confronti della collettività è il principio cardine del servizio pubblico radiotelevisivo;

l'osservanza delle prescrizioni del Codice da parte di tutti gli esponenti aziendali è affidata al direttore generale;

ogni esponente aziendale ha il dovere di astenersi da comportamenti contrari alle disposizioni del Codice e, in caso di necessità di chiarimenti sulle modalità di applicazione delle stesse, questi è tenuto a rivolgersi al direttore generale, anche attraverso la Commissione stabile di cui al punto 1.5 del Codice;

recentemente, il nuovo direttore generale della Rai Campo Dall'Orto ha rilasciato un'intervista al quotidiano "Il Foglio" nel quale ha parlato di missione del servizio pubblico, insistendo sulla sua intrinseca diversità: "La Rai non è una televisione commerciale ma è un servizio pubblico e in nome di questo principio prendere qualche rischio con gli ascolti non è un'opzione ma è parte della propria missione, quasi un dovere morale". Una logica, questa, che secondo il direttore generale deve permeare anche i programmi di approfondimento della Rai, nei quali, a differenza della tv commerciale, non può più valere il criterio "tu mi guardi e io scambio teste con la pubblicità", bensì quello di "lasciare un pensiero in più a coloro che lo hanno visto";

in data 8 settembre 2015, alla trasmissione "Porta a Porta" sono stati ospitati la figlia e il nipote di Vittorio Casamonica, capostipite del clan sinti romano, i cui funerali celebrati a Roma il 20 agosto con cerimonie sfarzose e sulle note del Padrino, hanno provocato polemiche e l'indignazione dei cittadini;

la presenza dei parenti di Vittorio Casamonica investe direttamente i citati profili di etica del servizio pubblico radiotelevisivo e, di conseguenza, la responsabilità del direttore generale;

è bene rammentare ai vertici aziendali che numerosi componenti del clan Casamonica, che da anni si è ormai radicato a Roma e in tutto il territorio laziale, sono stati condannati perché responsabili di gravi condotte criminose - come conferma anche il recente arresto di un esponente della famiglia per un tentativo

di estorsione – collegate allo spaccio di cocaina nella capitale, al traffico internazionale di stupefacenti e all'attività usuraria;

anziché fare un approfondimento informativo sui recenti fatti legati ai Casamonica, il conduttore di "Porta a Porta" Bruno Vespa ha ritenuto evidentemente più appetibile in termini di ascolti ospitare nel proprio salotto televisivo i membri della famiglia (il cui coinvolgimento o meno nelle attività del clan rappresenta un dato irrilevante rispetto al messaggio che il servizio pubblico ha inviato agli utenti);

un servizio pubblico si riconosce anche per la sua cautela, la sua sobrietà, la sua capacità di informare sempre con l'obiettivo di sviluppare il senso critico, civile ed etico della collettività. Un servizio pubblico non lucra sull'onda del sensazionalismo per far lievitare gli ascolti; non consente, più o meno esplicitamente, la difesa di un clan; non offende le migliaia di vittime della criminalità organizzata;

si chiede di sapere

se la presenza della figlia e del nipote di un esponente di uno fra i più pericolosi clan della capitale in un programma di approfondimento possa mai essere coerente con la missione del servizio pubblico, con il principio di responsabilità nei confronti degli utenti e con il dichiarato impegno di elevare la qualità del servizio pubblico, quand'anche ciò dovesse tradursi in una flessione degli ascolti;

se, coerentemente con le prescrizioni del Codice Etico, Bruno Vespa si sia consultato con i vertici aziendali prima di invitare nel suo studio la figlia e il nipote di Vittorio Casamonica;

se il direttore generale fosse in ogni caso a conoscenza del fatto e se, avvalendosi della Commissione di cui al punto 1.5 del Codice Etico, ne abbia esaminato preventivamente la compatibilità con le prescrizioni del Codice stesso;

se intendano esaminare le violazioni del Codice compiute nel corso della trasmissione Porta a Porta dell'8 settembre, disponendo le verifiche ritenute opportune;

se intendano, in caso di accertamento di eventuali violazioni, proporre l'adozione dei relativi provvedimenti sanzionatori nei confronti dei responsabili delle stesse;

se intendano rendere nota pubblicamente, in maniera inequivocabile, la posizione dell'azienda rispetto al vergognoso sfruttamento, da parte della trasmissione "Porta a Porta", delle polemiche sorte in seguito al funerale di Vittorio Casamonica, uno sfruttamento effettuato nel più totale spregio del principio di responsabilità del servizio pubblico radiotelevisivo.

