

I MEDIA

GLI SPOT Al via solo 20 giorni prima. "Nei talk-show se ne parla poco"

Un referendum imbavagliato dai silenzi e dagli astensionisti

Sarebbe dovuta iniziare il 19 marzo, 28 giorni prima della consultazione referendaria "No Triv". E invece, mentre la maggior parte degli italiani ancora non sa a cosa si riferisca il "Sì" e a cosa il "No", la data della messa in onda ufficiale in Rai degli spot autogestiti per informare sul voto è stata fissata per oggi, 29 marzo, a soli 18 giorni dalla scadenza. Al ritardo, si sommano i dati Agcom sul silenzio dell'informazione, prima di tutto in Rai.

I monitoraggi sul Rai1, Rai2, Rai3 e RaiNews24, nel periodo di 34 giorni che va dal 16 febbraio al 20 marzo, hanno mostrato che nei Tg si è parlato del referendum per sole 3 ore e 51 minuti in totale. Rai1, ad esempio, dal 16 febbraio al 4 marzo non ha speso neanche un secondo per informare sul voto. Stesso trend nei programmi "extratg": qui, l'informazione sul referendum ha raggiunto il traguardo di un'ora e 35 minuti. In totale 5 ore e 26 minuti.

Vanno peggio Mediaset, La7, Sky e Nove Dj. I tg dell'azienda del Biscione hanno riservato alle trivelle 2 ore e 14 minuti e neanche un secondo nel periodo tra il 16 febbraio e il 6 marzo. Fuori dall'informazione giornalistica, praticamente il nulla: solo 15 minuti. Tra La7 e La7D, i minuti nei telegiornali sono stati 15, fuori non più di un paio. Un po' meglio Sky che arriva a 1 ora e 18 minuti nei telegiornali (Tv8, Cielo, Sky Tg 24 sul digitale e sul satellite) mentre, a parte 42 minuti sul canale *all news* non c'è traccia di approfondimenti.

IL REFERENDUM, nei talk show, è assente. "Sen'è parlato in occasione della spaccatura interna al Pd - spiega Mirella Liuzzi, in commissione vigilanza Rai per il M5s - ma solo

dal punto di vista politico. Spenta la polemica, è diventato secondario. Invece bisognerebbe parlarne anch'eli, sia a livello informativo che di dibattito. È un referendum che ha bisogno del quorum, quindi è importante che si faccia informazione".

Il Pd si è schierato per l'astensione (anche se il vicesegretario Debora Serracchiani nel 2012 sfilava a Monopoli contro le trivellazioni in Adriatico), il presidente del Consiglio Matteo Renzi ha ribadito che il referendum è privo di senso, il ministro dell'ambiente Galletti non ha ancora deciso se andare a votare. Sui *social network* c'è la campagna "Non sprecare energia" che rilancia gli argomenti cari a chi si oppone al referendum: il dominio è stato registrato da Davide Bacarella, amministratore unico e azionista di minoranza di DotMedia, società di comunicazione di fiducia di Renzi.

VDS

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il flash mob stop trivelle
L'iniziativa di Greenpeace per invitare gli italiani a partecipare al referendum

Ansa

