

---

**Annuario 2012**

del Consiglio svizzero della stampa

---

**Jahrheft 2012**

des Schweizer Presserates

---

**Revue annuelle 2012**

du Conseil suisse de la presse



Le basi economiche per un giornalismo d'informazione di qualità sono in pericolo. È la constatazione che emerge dalla lettera che il Consiglio della stampa ha mandato all'inizio dell'anno alla sotto-commissione della Commissione delle istituzioni politiche del Consiglio nazionale che discute il problema dell'«Aiuto alla stampa», dopo un incontro con gli stessi membri della sotto-commissione. «Quel che il Consiglio della stampa osserva, in generale e da qualche tempo, come conseguenza dell'aumentata concorrenza tra i media e dello sviluppo dei giornali gratuiti e online, è la tendenza a costringere i contenuti giornalistici dentro schemi di tipo economico. Il risultato è una tendenza all'appiattimento verso il basso dell'informazione, riscontrabile anche nei media di referenza (Preso di posizione 58/2010), una commistione crescente di messaggi redazionali e di messaggi commerciali e una crescita delle rubriche di varietà a scapito del trattamento di temi sociopolitici importanti (Preso di posizione 1/2007).»

Alla Commissione del Consiglio nazionale il Consiglio della stampa formula l'auspicio che l'aiuto ai media possa trovare nuove forme, decisamente orientate al sostegno della qualità dei contenuti redazionali, e perciò del lavoro dei giornalisti.

Gli editori di giornali sono contrari a ogni tipo di aiuto diretto, perché temono un'ingerenza statale sui contenuti.

L'argomento è certo pertinente, dato che il lavoro dei giornalisti dev'essere per definizione indipendente dai poteri, e il primo a dover essere sorvegliato da una stampa libera è precisamente il potere politico. È lecita tuttavia anche la constatazione che la SSR e altri media elettronici dipendenti dal canone danno ogni giorno la dimostrazione che l'indipendenza è possibile.

L'indipendenza, per i giornalisti, è anzitutto un fatto di coscienza. Ma è anche un fatto di disponibilità di mezzi. L'esercizio della funzione critica dei media non si improvvisa: si impara, e in un tempo non breve. Accade invece che al giornalismo d'inchiesta, quando ancora si fa, si lesinano i mezzi. Le redazioni si assottigliano e molti giornalisti d'esperienza lasciano la professione per accedere a funzioni meglio remunerate. Per non dire dei giornalisti indipendenti (i cosiddetti «liberi»), un elemento prezioso in passato per la varietà delle proposte che consentiva: questi colleghi hanno ormai un problema di sopravvivenza.

Il Consiglio della stampa si augura che il Consiglio federale si dia da fare. Sostiene di non capire come, dopo aver

## Indice

Editoriale . . . . .	3
Pietre miliari nella prassi del Consiglio della stampa. . . . .	5
Rapporto annuale 2011 . . . . .	8
Se i cani da guardia abbaiano – e pure mordono... (Max Trossmann) . . . . .	18
Precisare la fonte, virtù cardinale (Dominique von Burg). . . . .	23
Composizione del Consiglio della stampa 2012 . . . . .	25

Die Stellungnahmen des Schweizer Presserates sind unter

**www.presserat.ch** abrufbar.

Les prises de position du Conseil suisse de la presse sont accessibles sous **www.presserat.ch**.

Le prese di posizione del Consiglio svizzero della stampa sono accessibili al sito **www.presserat.ch**.

accertato concretamente che il problema esiste<sup>1</sup>, il governo si limiti a dire che bisognerà vedere come il tutto si evolverà nei prossimi anni. A nostro parere, lo Stato e la società devono subito farsi un'idea delle forme nuove dentro cui potrebbe realizzarsi il sostegno a un giornalismo di qualità. Scopo ultimo è l'elaborazione di un metodo di aiuti che garantisca anche in avvenire ai media lo svolgimento della funzione che loro spetta, quella di «cani da guardia», da cui dipende l'esercizio della democrazia in una società pluralista.

In concreto, il Consiglio della stampa esprime incoraggiamento a una revisione profonda dei criteri di aiuto indiretto dello Stato, che tengano in maggior conto la qualità e la diversità dentro le redazioni. Inoltre, suggerisce la creazione di un «Fondo svizzero dei media», analogo al Fondo nazionale per la ricerca scientifica, che potrebbe disporre dei mezzi per la promozione di iniziative concrete: per esempio, progetti di ricerca di tipo nuovo di cui potrebbero beneficia-

re i giornalisti indipendenti. Oppure dei pools d'inchiesta formati da giornalisti di diverse redazioni, incaricati di tenere sott'occhio per un periodo determinato determinati processi politici.

Nell'ambito della deontologia, il Fondo potrebbe incaricare il CSS, o un altro organismo, di eseguire ricerche sistematiche, non occasionali. Per esempio, su come le regole deontologiche sono rispettate nei media online, visto che il problema è stato sollevato dallo stesso Consiglio federale. Potrebbe essere rafforzato il ruolo della critica mediatica, di cui il prof. Roger Blum, ex presidente del Consiglio della stampa, deplora la povertà tanto nei media cartacei quanto in quelli elettronici. Più facilmente ancora, si potrebbero garantire aiuti alle redazioni che offrono ai propri giornalisti congedi di l'aggiornamento, approfittando della notevole offerta che si manifesta in questo settore.

*Dominique von Burg, presidente del Consiglio svizzero della stampa*

- 1992:** Prendendo spunto da un servizio della «SonntagsZeitung» circa l'accettazione di doni da parte dei direttori di «Bilanz» e di «Finanz & Wirtschaft», il Consiglio pubblica una serie di raccomandazioni destinate ai giornalisti attivi nelle rubriche economiche, di viaggio, auto e sportive (2 e 7/1992).
- 1994:** Nel caso Tornare/Televisione della Svizzera romanda, il Consiglio critica severamente la tendenza dei giudici a sancire con troppa facilità misure provvisoriale a danno di servizi giornalistici (1/1994).
- 1996:** Prendendo posizione su un reclamo dell'ex presidente del PDC Anton Cottier contro il periodico «Facts», il Consiglio si pronuncia sugli accordi da rispettare nel caso di interviste. È criticato sia il comportamento del politico, che ha modificato le dichiarazioni rilasciate, sia il comportamento del periodico, che non ha rispettato gli accordi presi (1/1996).
- 1997:** Prendendo posizione sulla richiesta del Consiglio federale a pronunciarsi sul «caso Jagmetti», il Consiglio critica la sommaria presentazione di un rapporto diplomatico da parte della «SonntagsZeitung» ma, contemporaneamente, difende il diritto dei media a render note, a determinate condizioni, notizie riservate di interesse pubblico. Nell'aprile 2006, la Corte europea dei diritti umani ha ampiamente confermato questa posizione (1/1997).
- 2002:** Pronunciandosi sugli articoli del «Blick» e del «Sonntags-Blick» circa un'asserita relazione extra-coniugale dell'ex ambasciatore Thomas Borer, il Consiglio li considera una grave violazione della sfera privata e intima dei coniugi Borer-Fielding e definisce metodo sleale di procurarsi un'informazione il versamento all'informatore di un compenso di 10 mila euro (62/2002).
- 2006:** Prendendo spunto dalla discussione sulle «vignette danesi» sul Profeta Maometto, il Consiglio esprime una valutazione di fondo

<sup>1</sup> **Garantire la diversità mediatica.** Rapporto del Consiglio federale in risposta al postulato Fehr 09.3629 e al postulato della Commissione delle istituzioni politiche del Consiglio nazionale 09.3980 del 29 giugno 2011.

sulla discriminazione delle minoranze, religiose o altre, difendendo la pubblicazione delle contestate caricature per la necessità di documentare il dibattito in corso nell'opinione pubblica (12/2006).

**2007:** Il Consiglio ricorda la fondamentale importanza della separazione dei due campi per la credibilità dei mass media. La libertà delle redazioni, circa la scelta e il tenore degli apporti redazionali ai supplementi di moda e di costume dev'essere pienamente garantita. Le regole della deontologia valgono anche per l'elaborazione di servizi su beni di consumo (1/2007).

**2008:** L'intensa copertura mediatica dei sospetti di pedofilia che riguardavano alcuni preti pedofili e il suicidio di un sacerdote determinano il Consiglio della stampa ad affrontare «motu proprio» il problema dell'estensione del «diritto all'oblio». Premesso che esiste un evidente pubblico interesse a discutere il modo con cui l'istituzione ecclesiastica cattolica gestisce il problema, oppure su come lo abbia gestito in passato, il Consiglio conferma che il «diritto all'oblio» vale per ogni condannato, ma non è assoluto: nel caso, infatti, l'interesse pubblico prevaleva in quanto sussisteva un rapporto tra il comportamento passato della persona e la nuova funzione cui era stato destinato (22/2008).

**2009:** La Polizia cantonale di Argovia rilascia ai giornalisti nome, cognome e fotografia del presunto assassino di una giovane «au pair». I dati personali saranno pubblicati dalla maggior parte dei media; la foto pure, con più o meno rilievo. Il Consiglio della stampa avverte le redazioni che l'identificazione di una persona non deve rispondere a un semplice automatismo, ma esser fatta precedere da una riflessione sulla sua giustificazione deontologica. La pubblicazione si giustifica senz'altro in caso di ricerca di persona o di immediato pericolo, non tuttavia quando l'autore presunto del fatto di sangue è stato arrestato e ha confessato, e un numero notevole di possibili testimoni si è già annunciato alle autorità (31/2009).

**2010:** Il mass media devono sapere che non esiste un diritto di pesca illimitato di informazioni privati in rete. Determinante rimane – ma questo non vale solo per Internet – l'intenzione per cui una persona decide di esporsi. In ogni caso concreto, il giornalista ha il dovere di procedere a una ponderazione accurata degli interessi a confronto: se prevalga l'interesse della sfera pubblica alla pubblicazione o quello della sfera privata alla protezione. Decisivo sarà anche il contesto in cui l'informazione è stata pubblicizzata: una rete sociale come «Facebook» o la pagina web di un'istituzione? Chi è il destinatario dell'informazione? Un piccolo giro di persone che si conoscono, oppure l'opinione pubblica? E l'autore: è una persona pubblica o è conosciuta solo in un ambito ristretto? I giornalisti non possono passare oltre le regole sull'identificazione (43/2010).

**2011:** Il «diritto all'oblio» dovrebbe trovare applicazione anche nei media online e negli archivi digitalizzati. Ovviamente non si può pretendere dalle redazioni che l'archivio sia periodicamente verificato per correggere o eventualmente aggiornare le notizie che contiene. Dovrebbe però essere riservato, nel rispetto della proporzionalità, l'accoglimento di un'istanza motivata quando fosse documentato che è in gioco il diritto alla protezione della privacy e il rischio di procurare alla persona un grave e imminente pregiudizio (29/2011).

Le norme deontologiche circa le lettere dei lettori sono valide tanto per i commenti online. Perciò i commenti postati in rete devono essere firmati. Sono tuttavia ammesse due eccezioni: Un commento può essere pubblicato senza firma quando siano tutelati interessi (sfera privata, protezione della fonte) degni di protezione. In forza del principio di proporzionalità sarebbe fuori luogo esigere l'identificazione degli autori nei forum di discussione, in quanto contraddirebbe la natura stessa di questi contributi (l'immediatezza e la spontaneità della reazione del pubblico). Ciò, tuttavia, alla condizione che la redazioni eserciti un controllo preventivo alla pubblicazione, allo scopo di evitare commenti lesivi dell'onore o discriminatori (52/2011).

Una nuova legislatura di quattro anni del Consiglio svizzero della stampa è giunta a termine con il 2011. Otto dei componenti hanno chiesto il congedo a fine anno: tra loro i vicepresidenti Esther Diener e Edy Salmina. Rivolgo a loro un caloroso grazie per l'impegno che hanno dimostrato; ai nuovi membri eletti dal Consiglio di fondazione il più cordiale benvenuto!

Iniziato nel 2010, l'adeguamento delle regole di deontologia all'evoluzione del mondo mediatico è proseguita nel 2011 con due Prese di posizione non limitate a un caso specifico, deliberate dal Plenum. Nella prima è stato affrontato il tema della rettifica, del diritto di risposta e dell'anonimizzazione a posteriori nei media online e nelle banche dati dei media (29/2011), la seconda ai commenti online non firmati (52/2011).

Sostanzialmente, la prima ritiene che il «diritto all'oblio» deve valere anche per i media online e per gli archivi elettronici, senza tuttavia giungere alla conseguenza che le redazioni siano tenute all'aggiornamento sistematico degli articoli repertoriati in quanto permettano un'identificazione non più giustificata. Oppure per attualizzarne i contenuti. Affermato è tuttavia il dovere per le redazioni di dar seguito a precise richieste di anonimizzazione o di aggiornamento. Il Consiglio della stampa raccomanda ai giornalisti di non accedere superficialmente alle informazioni in rete, e in caso di chiedere una conferma della notizia.

Nella Presa di posizione 52/2011 si ri-

corda invece che la responsabilità delle imprese mediatiche per i commenti che si leggono nei loro siti web (compresi i blogs) si applica unicamente ai contributi redazionali e ai commenti che vi si riferiscono. Le regole deontologiche valgono in questo caso anche per i commenti postati dal pubblico, tanto in linea quanto su supporto cartaceo. Pertanto, le lettere alla redazione pubblicate sul web devono essere firmate né più né meno che come sul giornale, salvo ammettere l'anonimato per la salvaguardia di interessi degni di protezione (diritto alla privacy o protezione delle fonti). Il principio di proporzionalità, inoltre, giustifica che se ne prescinda nelle discussioni basate sull'immediatezza e la spontaneità. Anche in questi casi, tuttavia, il Consiglio ritiene si debba «esercitare una certa sorveglianza per evitare l'abuso dell'anonimato per esprimere commenti diffamatori o discriminatori».

Circa i reclami, se ne constata nuovamente la stabilità numerica (vedi la statistica più avanti). 28 erano pendenti a fine anno (30 l'anno prima): il loro numero documenta il buon ritmo di lavoro del Consiglio della stampa, dovuto anche al sostegno regolare e competente del segretario, che qui si ringrazia di nuovo.

### I. Reclami, decisioni, casistica delle violazioni

Nel 2011 i reclami presentati al Consiglio della stampa sono stati 82. È un nu-

mero che si situa nella media degli ultimi anni. Di questi 82 reclami, quattro non sono stati confermati, due sono stati ritirati e due volte il Consiglio si è occupato di un caso di propria iniziativa.

Le prese di posizione sono state 72. Si tratta di un massimo, raggiunto in passato solo nel 2009. Le procedure portate a termine sono state 87, la maggior parte decise dalla Presidenza, 30 dalle tre Camere e 5 dal Plenum. Ricordiamo che la Presidenza non interpella le Camere quando il reclamo non è conforme al Regolamento, è manifestamente infondato oppure tratta una fattispecie già oggetto di decisione in passato.

In 14 casi il Consiglio della stampa non è entrato in materia, o perché il reclamo era chiaramente infondato, era stato presentato dopo la scadenza dei termini oppure era oggetto di un'istanza parallela presso l'Autorità indipendente di ricorso in materia radio-tv. 23 sono stati i reclami non accettati, 32 le violazioni constatate della «Dichiarazione dei doveri e dei diritti del giornalista»: cinque in più rispetto al 2010, un record. Tre prese di posizione toccavano un problema generale.

## II. Motivazioni di reclamo e di violazione

### 1. Motivi di reclamo

Dall'analisi quantitativa dei reclami ricevuti durante il 2011 risaltano i seguenti motivi di insoddisfazione da parte del pubblico:

- Quattro punti della «Dichiarazione» figurano nel gruppo di testa: la cifra 7 (citata 29 volte), la cifra 3 (26 volte), la cifra 1 (24 volte) e la cifra 8 (23 volte). È una hit parade corrispondente più o meno a quella dell'anno precedente, salvo la cifra 8 che era stata poco toccata.
- A proposito della cifra 7, nell'ordine i problemi specifici sollevati dai reclamanti sono stati: la protezione della sfera privata in generale (8 volte), l'identificazione ingiustificata (7), le accuse infondate (5), i suicidi (3), il diritto alla propria immagine (2), i metodi di ricerca sleali (2) e il diritto all'oblio o alla presunzione di innocenza (una volta).
- Circa la cifra 3 della «Dichiarazione», non sorprende che il maggior numero dei reclami riguardi il diritto di essere ascoltate da parte delle persone oggetto di addebiti gravi (10 volte). Seguono nell'ordine: la deformazione di una notizia (6), la citazione insufficiente della fonte (3), le foto, gli archivi (3), la soppressione di un elemento della notizia (2), la notizia non confermata (2).
- Non stupisce che l'asserita violazione del dovere di cercare la verità (cifra 1) sia stata oggetto di 24 reclami. Nel 2010 il loro numero era stato leggermente superiore: 28.
- È invece notevole l'aumento dei reclami relativi alla cifra 8 del codice (dignità umana, discriminazione). Nel

2010 c'erano stati nove reclami: nel 2011 si è raggiunta quota 23. Tredici volte è stata evocata l'offesa alla dignità umana, dieci volte la discriminazione. Nell'analisi delle Prese di posizione si noterà tuttavia che il Consiglio della stampa è molto prudente nell'applicazione della cifra 8. Solo in pochi casi ritiene che la libertà d'espressione debba essere ristretta per questo tipo di ragioni: la stessa discriminazione dev'essere ritenuta una violazione del codice soltanto nei casi gravi.

- Altri punti della «Dichiarazione» toccati dai reclami: dodici volte la cifra 5 (dieci la mancata rettifica, due le lettere alla redazione), undici la cifra 2 (distinzione tra cronaca e commento), sette la cifra 4 (ricerca leale), una volta sola il trattamento delle fonti e le direttive alla redazione.
- Quattro, infine, i reclami per asserita violazione dei «diritti» enumerati nella seconda aparte della «Dichiarazione», e precisamente alle lettere d. (trasparenza e informazione della redazione), f. (condizioni di lavoro) e g. (salari).

## 2. Motivi delle violazioni

Salvo nel caso della cifra 8 (dignità umana, discriminazione), i reclami accolti per violazione della «Dichiarazione» rispettano le proporzioni notate tra i reclami presentati. Non nello stesso ordine, tuttavia:

- Il maggior numero di casi di violazione (17 in totale) riguarda la cifra 3.

Nell'ordine: il dovere di ascolto nel caso di gravi addebiti (6 volte), la distorsione (4) e l'omissione di un'informazione importante (3); a seguire: l'archiviazione, l'immagine simbolica, la citazione della fonte, l'informazione non confermata (una volta).

- Pari al numero delle violazioni constatate l'anno scorso sono state quelle relative al rispetto della privacy (12): sette circa la menzione del nome, due il diritto alla propria immagine, una l'offesa alla personalità, una la sfera privata, una volta l'accusa senza fondamento.
- Dieci le violazioni del dovere di ricerca della verità (cifra 1).
- Altre violazioni sono state constatate circa il dovere di rettifica (4 volte), le lettere alla redazione (una), metodi di ricerca sleali (una), la separazione tra testo e pubblicità.
- Tre le violazioni alla cifra 8 (dignità umana e tutela delle vittime). Si noti tuttavia che nessun reclamo per discriminazione è stato accolto.
- Va infine sottolineato che dei reclami inerenti ai diritti dei giornalisti uno solo è stato accolto: concerneva la necessaria trasparenza circa la proprietà di un giornale.

## III. Alcune prese di posizione significative

### 1. Chi è il proprietario?

#### L'informazione è necessaria

A chi appartiene la «Basler Zeitung»? Il dubbio sussiste da quando Moritz Suter l'ha presa in consegna dai precedenti proprietari: chi ha messo davvero i soldi? Chi si nasconde dietro di lui? Il ricorso al Consiglio della stampa è del gruppo «Salvate Basilea» e del sindacato Syndicom. L'impresa risponde che il reclamo ha un motivo politico, precisa che Moritz Suter è azionista unico e sostiene che la lettera d. della «Dichiarazione dei diritti» non implica la pubblicazione di «informazioni interne» come i rapporti di credito e di rifinanziamento: è in gioco la libertà di stampa e di impresa. Il Consiglio della stampa non è stato di questo parere. «Tra i compiti dei media vi è la trasparenza su di sé, la stessa che esigono dagli attori dei processi sociali. Il principio vale dunque anche per loro.» (34/2011)

### 2. Lo stipendio dei giornalisti: competenza limitata

Rispondendo a un'istanza dell'associazione professionale «Impressum», il Consiglio della stampa ha approfondito la questione delle sue competenze circa l'estensione dei diritti affermati nella seconda parte della «Dichiarazione», dove è menzionato il diritto a condizioni di lavoro individuali e collettive adeguate.

Basandosi sulla sua storia e sul proprio Regolamento, il Consiglio della stampa è stato del parere che tali competenze siano limitate quando non sussista un rapporto diretto tra la disposizione citata e una prestazione redazionale. Un reclamo dovrebbe perciò rendere plausibile che sono state condizioni di lavoro inadeguate a determinare una mancanza a un dovere deontologico. Ai consigli della stampa spetta infatti di pronunciarsi sulle mancanze ai doveri della professione, nonché di intervenire a difesa della libertà di stampa e di informazione. Il Consiglio della stampa condivide tuttavia l'affermazione che un giornalismo rispettoso della deontologia dipende anche da un'adeguata formazione e remunerazione dei redattori, nonché da un'infrastruttura redazionale sufficiente (51/2011).

### 3. La pubblicità dev'essere sempre distinta dalla parte redazionale

Il principio è questo: «Una netta separazione tra la parte redazionale e la pubblicità è di rigore per la credibilità dei mass media». Ma nel caso specifico una domanda si pone: vale anche per una pubblicità innovativa, comunque riconoscibile anche se al centro di una pagina redazionale? Il Consiglio della stampa ne ha discusso in seduta plenaria, sulla base di un reclamo presentato dall'Associazione ticinese dei giornalisti contro il «Corriere del Ticino». La risposta, adottata a larga maggioranza, è sta-

ta che quella pubblicità per una marca di sigarette, sia pure a prima vista chiaramente riconoscibile, potenzialmente rappresenta un inganno per il lettore, perché lo sguardo anziché sul testo viene a cadere quasi necessariamente sulla réclame. Questo tipo di comunicazione contrasta con l'obbligo della separazione. Sarebbe stata opportuna almeno una dicitura come: «Annuncio pubblicitario» (23/2011).

#### **4. La discriminazione dev'essere grave**

Anche questo reclamo ha esatto una deliberazione in seduta plenaria. Le «Gaynossinen Juso Schweiz» del Partito socialista criticavano una doppia pagina del «Blick am Abend» dedicata alla moda maschile. Il titolo era «Achtung Männer, Tunten-Fallen», che si potrebbe tradurre: «Attenti maschietti a non essere presi per checche», e infatti il servizio ragionava se fosse consigliabile o no per dei maschi indossare un certo tipo di abiti. Per la minoranza, titolo e articolo utilizzano alcuni pregiudizi correnti sugli omosessuali, esprimendo con ciò un giudizio negativo anche sulla loro scelta di vita. Per la maggioranza, l'intenzione del servizio era solo di commentare una moda, non di giudicare l'omosessualità come tale. Nell'interpretare il concetto di «discriminazione» l'asticella va tenuta alta, e nel caso specifico non risulta oltrepassata. La libertà di espressione ha in questo caso la priorità (22/2011).

#### **5. Articolo critico, fotografia abusiva**

«Uccideteli, dovunque li troviate» era il titolo provocatorio (una citazione dal «Corano») di un articolo della «Weltwoche», estremamente critico nei confronti dei musulmani. «La religione musulmana – questa la conclusione dell'articolo – è incompatibile con lo stato di diritto e la democrazia» e di conseguenza «dovrebbe essere vietata». L'articolo era accompagnato dalla foto di una dimostrazione di musulmani sulla Piazza federale: manifestazione per altro del tutto pacifica, risalente a qualche anno fa. Il Consiglio della stampa ha ritenuto che una critica di fondo a una religione sia sempre possibile, ma l'illustrazione che la accompagna non può essere presa da tutt'altro contesto. Alle persone ritratte non era stato chiesto il consenso. Il commento negativo si riflette infatti inevitabilmente sulla persona ritratta, le cui fattezze finiscono per identificarsi con quanto di peggio viene detto della sua religione (7/2011).

#### **6. Un caso accaduto sette anni prima non fa di un sospetto una persona pubblica**

Il caso aveva destato sensazione in Ticino sette anni fa: un medico sospettato di aver commesso un omicidio, ma alla fine scagionato. La Televisione della Svizzera italiana lo dà ora come inquisito per violenza sessuale ai danni di una donna. Altri media rilanciano la no-

tizia, aggiungendo che ad accusarlo è la moglie. I reclamanti si interrogano se questo giornalismo a sensazione non contraddica la deontologia. Il Consiglio della stampa ritiene che il nome del sospettato non si doveva fare: il caso di sette anni prima, per quanto sensazionale, non fa del medico una persona pubblica per sempre. Anche con la precisazione che a denunciarlo era stata la moglie i giornali hanno contravvenuto al rispetto dovuto alla vittima (41/2011).

#### **7. Solo un evidente interesse pubblico giustifica un'inchiesta mascherata.**

Per far cadere in trappola un docente licenziato a seguito di comportamenti sessuali inappropriati (un caso su cui i media avevano già riferito), un giornalista di «20 minutes» si spaccia per quindicenne su un sito web frequentato da omosessuali. L'articolo pubblicato si intitola «Proposte indecenti a un adolescente di 15 anni» e riporta il dialogo registrato, precisando nome e cognome del docente, che tra l'altro occupa una carica politica. L'interessato si rivolge al Consiglio della stampa. Il giornale fa valere che «la protezione dei minorenni, e in particolare la lotta alla pedofilia in rete, è del massimo interesse pubblico», per cui la dissimulazione della funzione di giornalista «si giustificava assolutamente». Il Consiglio della stampa è d'altro parere. L'interesse pubblico non è era dato, poiché il docente non occupa più tale funzione; dalla

carica pubblica, inoltre, aveva annunciato di volersi dimettere. L'inchiesta mascherata non era dunque necessaria, e ancora meno la rivelazione dell'identità. Dalla registrazione del dialogo in rete risulta inoltre omesso un particolare favorevole al reclamante (45/2011).

#### **8. Massima prudenza sui particolari della vita intima**

Riferendo di un caso pendente davanti al Tribunale amministrativo del Canton Berna, il «Thuner Tagblatt» precisava che un pensionato per invalidità aveva dovuto rinunciare a un proprio commercio, in quanto sieropositivo. L'Aiuto svizzero contro l'aids si è rivolto al Consiglio della stampa, che gli ha dato in parte ragione. Quando la notizia tocca la sfera intima di una persona è necessario preoccuparsi di non renderla riconoscibile al di là di un circolo di persone molto ristretto. Nel caso specifico, anche se la precisazione relativa alla malattia era necessaria per capire di che si trattava, l'indicazione dell'attività esercitata in precedenza dalla persona non lo era. Non si è comunque trattato, secondo il Consiglio della stampa, di una mancanza di rispetto alla dignità della persona. Essere sieropositivo non è per sé un disonore; d'altronde, la notizia non era redatta in termini scandalistici (31/2011).

#### **9. L'addebito dev'essere preciso**

«I genitori di Wawrinka accusati di dispotismo» intitola «24 Heures» un artico-

lo sul conflitto che cova al centro sociale e curativo di cui sono responsabili il padre e la madre del tennista. Il Consiglio della stampa ritiene infondati quasi tutti gli elementi del reclamo presentato dai Wawrinka. I loro nomi potevano essere citati, in quanto i due occupano una funzione in vista e sono perciò molto conosciuti. Dire chi ha ragione nella controversia non lede la deontologia professionale, purché le ragioni dell'uno e dell'altro siano citate (e lo erano). Il montaggio fotografico che accompagna l'articolo può essere definito neutrale. E il rapporto «di amicizia» su Facebook del giornalista con una delle parti in conflitto non configura ancora un conflitto di interessi. Su un punto, tuttavia, i coniugi Wawrinka hanno ragione. È vero che non hanno voluto incontrare il giornalista, limitandosi a pubblicare un comunicato. Ma non essendo in tal modo informati dei particolari delle accuse che l'articolo conteneva, non sono stati messi in grado di difendersi adeguatamente (15/2011).

#### **10. Necessario verificare una segnalazione da parte di terzi**

Non è vero, come scrive il «Tages-Anzeiger», che l'insegnante vallesano «libero pensatore», noto per aver staccato il crocifisso da una parete della classe, è un fautore dell'iniziativa di bruciare il Corano davanti a palazzo federale. Il reclamo della sezione vallesana dei «Libe-

ri pensatori» dev'essere perciò accolto. Sarebbe stato al giornale assolutamente possibile verificare il particolare presso il docente in causa, che risulta sì sia nettamente distanziato da quella iniziativa. Il Consiglio della stampa non arriva però a constatare l'asserita violazione del dovere di rettifica: il quotidiano, infatti, il giorno dopo la prima notizia, pur senza riconoscere formalmente l'errore commesso, aveva dato della presa di posizione della sezione vallesana dei «Liberi pensatori» un'informazione corretta (24/2011).

#### **11. Polemica sì, forzatura della verità no**

«Homöopathischer Bockmist» – «Feserie omeopatiche». Sotto questo titolo, un editoriale di «Das Magazin» si scaglia contro la medicina di questo nome. «Non esiste neppure uno studio serio a conferma dell'efficacia dei metodi omeopatici: non per niente la consigliavano i nazisti come medicina anti-ebraica: una soperchieria.» L'articolo si diffonde in termini pittoreschi contro il rimborso da parte delle casse malati delle spese incontrate per questo tipo di cure. Per il Consiglio della stampa, la libertà di commento autorizza a sostenere la tesi che l'omeopatia è una forma moderna di superstizione: al lettore, del resto, si espongono le ragioni che sostengono questa tesi. Tuttavia, dopo discussione, il Consiglio ritiene eccessivo sostenere che «neppure uno» tra gli studi scientifici

ci dedicati all'omeopatia starebbe a dimostrarne l'efficacia. Sarebbe stato più corretto precisare, per esempio: «non esistono studi recenti incontestati che dimostrano l'efficacia delle cure omeopatiche» (8/2011).

#### **IV. Aggiornamento delle Direttive**

Il 1. luglio 2011 è entrato in vigore il nuovo testo della Direttiva 8.2 (Divieto di discriminazione). Adottato dal Consiglio della stampa già nel settembre 2010, si presenta più semplice e pratico del precedente. Ecco il nuovo testo: «La menzione dell'appartenenza etnica o nazionale, dell'origine, della religione, dell'orientamento sessuale, oppure del colore della pelle, può avere un effetto discriminatorio, soprattutto quando generalizza giudizi di valore negativi e di conseguenza rafforza determinati pregiudizi contro le minoranze. Il giornalista sarà perciò attento al rischio di discriminazione contenuto nella notizia e ne misura la proporzionalità.»

#### **V. Comunicazione**

Il Consiglio della stampa si è presentato ai giornalisti prima dell'estate per illustrare la propria Presa di posizione sui media e gli archivi online (29/2011) e per protestare contro l'introduzione di un embargo temporaneo alla pubblicazione di sondaggi pre-elettorali. Essenzialmente, il Consiglio ritiene che tale

embargo contravviene al diritto del pubblico all'informazione. Va per altro rilevato che la conferenza stampa ha avuto poca risonanza nei media.

Proseguono le visite alle redazioni (sette nel 2011). Ventidue gli osservatori che hanno assistito a sedute delle Camere del Consiglio della stampa nel corso dell'anno (cfr. presserat.ch). L'Annuario è uscito regolarmente ed è stato proseguito il tentativo di rendere più accessibili le Prese di posizione accompagnandone la pubblicazione con un riassunto.

#### **VI. Aiuto alla stampa**

La sotto-commissione «Aiuto alla stampa» della Commissione delle istituzioni politiche del Consiglio nazionale ha sentito il presidente e il segretario del Consiglio della stampa e ha chiesto proposte scritte in vista della seduta di gennaio 2012. Il documento relativo è stato sottoposto ai membri del Consiglio per approvazione. In sintesi, il Consiglio della stampa esprime l'auspicio che l'aiuto indiretto alla stampa sia integrato da misure di promozione della qualità giornalistica. Il Consiglio nazionale ha poi approvato – nella sessione primaverile 2012 – una mozione che incarica il Consiglio federale di elaborare nuovi modelli di aiuto ai media.



## VII. L'incontro dell'AIPCE a Mosca

Il presidente del Consiglio della stampa ha partecipato, a Mosca, dal 5 al 7 ottobre 2011, al 13. incontro dell'AIPCE (Alliance of Independent Press Councils of Europe). Vi erano rappresentate 27 nazioni: Armenia, Azerbaigian, Austria, Belgio, Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Catalogna, Danimarca, Estonia, Finlandia, Georgia, Germania, Irlanda, Israele, Lussemburgo, Malta, Moldavia, Montenegro, Norvegia, Olanda, Regno Unito, Russia, Svezia, Svizzera, Ungheria, e Tagikistan. Rispetto all'anno prima mancavano la delegazione di Cipro (assente giustificata), del Kosovo (priva

del visto di entrata) e della Francia, per la solita incapacità dei francesi di mettersi d'accordo su un codice comune. Come sempre, l'essenziale dell'incontro è stato lo scambio di informazioni tra i vari consigli della stampa, le cui attività e competenze sono per altro molto varie. È stata discussa a lungo la questione del finanziamento pubblico dei consigli della stampa. Per quanto riguarda la deontologia, un tema centrale è quello dell'«user generated content», cioè della responsabilità del cosiddetto «citizen journalism», le notizie prodotte dai cittadini.

*Dominique von Burg, presidente dell'Consiglio della stampa*

## Allegato I: Statistiche del Consiglio della stampa 2011

	Totale	Svizzera tedesca	Svizzera romanda	Svizzera italiana	Giornali	Periodici	Radio SSR	TV SSR	Radio private	TV private	Internet	Agenzie
<b>Reclami pendenti al 1.1.2011</b>	30	22	5	3	24	4	0	1	0	1	1	0
Casi affrontati per iniziativa del Consiglio	3	2	1		1							2
Nuovi reclami entrati	82	65	15	2	69	5		4		1		5
Reclami ritirati	16	11	4	1	14	1		1				
Non entrata in materia/Reclami infondati	14	10	4		12	1		1		1		
Reclami accolti	14	12	1	1	12	2						
Reclami parzialmente accolti	18	16	1	1	11	4		1		1		2
Reclami respinti	23	20	3	1	20	1		1				1
Casi affrontati per iniziativa del Consiglio	3	2	1									2
Procedimenti affidati alla Presidenza	52	41	10	1	44	4		2		2		1
Procedimenti affidati alle Camere	30	25	3	2	21	5		2				2
Procedimenti decisi dal Plenum	5	3	1	1	3							2
Totale delle prese di posizione	72	60	10	3	55	8	0	3	0	2	5	0
Totale dei casi risolti	87	69	14	4	68	9	0	4	0	2	5	0
<b>Reclami pendenti al 31.12.11</b>	28	20	7	1	26	0	0	1	0	0	3	0

## Allegato II: Statistiche delle prese di posizione 2002-2011

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Reclami pendenti al 1.1.</b>	22	28	45	27	42	35	38	34	25	30
Casi affrontati per iniziativa del Consiglio	4	0	0	1	2	0	1	1	1	3
Nuovi reclami entrati	91	103	74	88	79	86	81	74	83	82
Reclami ritirati	23	24	25	23	22	20	20	11	14	16
Non entrata in materia/Reclami infondati	17	10	14	13	22	8	17	19	14	14
Reclami accolti	10	12	6	12	8	8	8	6	12	14
Reclami parzialmente accolti	13	18	19	15	14	21	8	17	15	18
Reclami respinti	24	20	28	11	20	26	32	29	21	23
Casi affrontati per iniziativa del Consiglio	2	2	2	0	0	0	0	1	3	3
Procedimenti affidati alla Presidenza	38	64	66	49	63	53	56	54	55	52
Procedimenti affidati alle Camere	28	19	26	24	23	30	30	30	23	30
Procedimenti decisi dal Plenum	0	0	0	1	2	0	0	0	1	5
Totale delle prese di posizione	66	62	67	51	66	63	66	72	65	72
Totale dei casi risolti	89	86	92	74	88	83	86	84	79	87
<b>Reclami pendenti al 31.12.</b>	28	45	27	42	35	38	34	25	30	28

di Max Trossmann, vicepresidente  
del Consiglio svizzero della stampa



**La Presa di posizione del Consiglio svizzero della stampa sul «caso Hildebrand» è certamente tra le più importanti degli ultimi anni. A provocarla è stato un reclamo della Banca Sarasin contro la «Weltwoche». Il Consiglio ne ha tratto spunto per approfondire il ruolo svolto dai diversi mass media in questo «affare».**

Un k.o. tecnico, quello subito dal presidente della Banca nazionale, Philipp Hildebrand. Si concludeva così un combattimento che metteva a confronto alcuni pesi massimi della politica e dell'economia e al quale assistevano con estremo interesse grandi esponenti del mondo bancario, la presidente della Confederazione, il Consiglio federale, un ex consigliere federale e leader ufficioso dell'UDC, i direttori dei maggiori giornali, radio e stazioni televisive, e poi dozzine di giornalisti occupati a ricercare, riferire, commentare.

Sul ring, Urs Paul Engeler, il più temuto dei giornalisti d'assalto, bravo nel preparare gli scambi, duro nel colpire, fino al fuori combattimento inflitto all'avversario.

Adesso è il turno del Consiglio svizzero della stampa, l'organismo di autodisciplina di giornalisti svizzeri, interpellato da un reclamo della Banca Sarasin contro la «Weltwoche»: il ring sul quale, il 5 gennaio 2012, il presidente Hildebrand ha pagato con un montante che lo ha mandato al tappeto la sua discussa transazione sulle valute.

Il Consiglio della stampa si sarebbe occupato del «caso» anche senza la presentazione del reclamo. Uno scambio di vedute interne aveva del resto preparato l'arrivo della denuncia. E questo benché gli interventi «motu proprio» del Consiglio della stampa siano una rarità: ma un intervento in queste circostanze era indispensabile.

Perché mai l'organismo di autodisciplina avrebbe dovuto astenersi dall'occuparsi di un caso in cui la stampa intera e mezza Confederazione si è interrogata se fosse compito (o addirittura dovere) dei media porre il presidente della Banca nazionale in stato d'accusa? Sarebbe stato come negare il senso del proprio esistere: fare chiarezza sui casi più controversi.

Come nel 2002, quando in stato d'accusa era finito Thomas Borer, ex ambasciatore svizzero in Germania: la transazione firmata tra lui e l'editore Michael Ringier non impedì al Consiglio della stampa di occuparsi del caso lanciato dal «Blick», anche se Borer aveva ritirato il reclamo presentato in un primo tempo.

La Presa di posizione del Consiglio della stampa nel caso Hildebrand doveva spaziare su tutti gli aspetti del problema. Ciò perché è apparso subito evidente come, lateralmente ai fatti denunciati nel reclamo Sarasin contro la «Weltwoche», altri interrogativi seri erano sorti sul comportamento dei media. Circa la «Weltwoche», la decisione del Consiglio è esplicita: il giornalista Urs Paul Engeler e il direttore Roger Köppel hanno fatto bene a occuparsi della faccenda. Come un vero «cane da guardia» della democrazia, il settimanale ha abbaiato e ha tirato fuori i denti. E tuttavia, nella fretta, sono stati commessi vari errori. Diciamo ancora con la metafora del pugilato: l'attacco non è stato sempre «fair», il pugno risolutore è giunto a segno ma il «secondo» che dirigeva il confronto da fuori – Köppel – quel combattimento lo ha impostato e gestito male. Ecco, da me riassunti come presidente della 3. Camera, che ha esaminato il caso, i punti salienti della Presa di posizione.

Il punto di partenza era stato un oscuro comunicato della Banca nazionale

svizzera (BNS) del 23 dicembre 2011, dal titolo: «Senza fondamento i sospetti a carico del Presidente del Direttorio». Il contenuto del comunicato, in realtà, sollevava più interrogativi di quanti ne volesse smentire. Pochi, tuttavia, i giornalisti che si mossero. Per esempio, Balz Bruppacher, già capo servizio dell'agenzia AP, su «20 Minuten Online»: «La scatola nera della Banca nazionale: quali affari possono permettersi Hildebrand & Co?»

Il giorno di Capodanno 2012, la «NZZ am Sonntag» e la «SonntagsZeitung» sollevarono «il caso Blocher». Il tribuno dell'UDC avrebbe informato la presidente della Confederazione Micheline Calmy-Rey, in un incontro della metà dicembre, che da alcuni documenti della Banca Sarasin, a lui rimessi, risultava una transazione avvenuta sul conto privato della moglie di Philipp Hildebrand tale da giustificare sospetti anche a carico del marito. Una nuova verifica si rendeva necessaria sui conti di tutta la famiglia.

Il 5 gennaio l'artiglieria cominciò a sparare dal fortino della «Weltwoche»: ben sei pezzi sul caso Hildebrand, e un titolo esplicito in copertina: «Gli affari insider di Philipp Hildebrand: il presidente della Banca nazionale specula sulle divise e guadagna un milione. Contro di lui è aperta un'inchiesta penale». Seguiva la richiesta di dimissioni immediate. Nell'articolo principale, Urs Paul Engeler forniva la prova della «speculazione»:

la fotocopia di un estratto conto, giunta tramite un intermediario da un consulente della filiale di Zurigo della Banca Sarasin. Il consulente avrebbe confermato per iscritto il fatto. Dall'informatore sarebbe partita anche la denuncia penale contro Hildebrand.

Altri particolari circa la transazione furono pubblicati dai media. Il 9 gennaio Hildebrand gettò la spugna e si dimise.

Adesso si svegliava il «Blick»! La rivelazione dell'18 gennaio: «L'estratto della banca è un falso. Chi ha fabbricato il documento?» Quello pubblicato dalla «Weltwoche» sarebbe «un montaggio digitale, in qualche punto addirittura il documento sarebbe alterato». Comincia la messa sulla graticola non più del solo Hildebrand ma della stampa intera. Il «Tages-Anzeiger» fa notare che il settimanale ha violato la regola delle due fonti. Povero Hildebrand, vittima della stampa a sensazione! Sull'altro fronte, il columnist della «Weltwoche» Kurt W. Zimmermann – di effetto come sempre – accusa i «giornalisti svizzeri» nel loro insieme di «omissione di servizio»: non avrebbero condotto le necessarie ricerche ma stanno trasformando il «caso Hildebrand» in un «caso Blocher», per via del solito pregiudizio anti-UDC (5 gennaio).

Il reclamo della Banca Sarasin è giunto al Consiglio della stampa il 23 gennaio. La «Weltwoche» è accusata di violazione delle Cifre 1 (Ricerca della verità), 3 (Verifica delle fonti, non deformazione di

documenti, dovere di ascolto in caso di addebiti gravi), 4 (Metodi di ricerca leali) e 5 (Rettifiche) della «Dichiarazione dei doveri e dei diritti del giornalista». Falsa sarebbe in particolare la notizia che sia stato il consulente bancario di Hildebrand a informare il settimanale, come pure che lo stesso consulente avrebbe denunciato penalmente Hildebrand. La «Weltwoche» non ha mai rettificato le notizie inesatte. Inoltre, non è vero che sia stato il consulente bancario a informare Engeler. Questi non avrebbe avuto mai un contatto diretto con la fonte, un impiegato IT, ma sempre per il tramite del suo avvocato, Hermann Lei. La riproduzione del preteso documento bancario è priva dell'indicazione: «montaggio». Infine, non sarebbe stata rispettata la regola che impone l'ascolto della parte accusata di violazione del segreto bancario, cioè la Banca Sarasin. La redazione risponde alle accuse sostenendo di aver rispettato la verità. Che sia stato il consulente bancario o un altro funzionario della banca a dare l'informazione è irrilevante per la comprensione della notizia da parte del pubblico. Le fonti della «Weltwoche» sarebbero state più di una e tutte affidabili, ma si decise di citarne una sola. L'informazione che il consulente bancario aveva denunciato Hildebrand veniva dall'avvocato Lei. E poiché alla banca non si sono mai mossi addebiti precisi, raccogliere il suo parere non era necessario. Più volte interpellata, del resto, la

banca si era sempre negata. E il documento, l'avvocato lo avrebbe solo modificato otticamente, non nel contenuto: per questo non vi era ragione di definirlo un montaggio.

*Su questi diversi punti controversi, questa la presa di posizione del Consiglio della stampa:*

### Ricerca della verità

Chi è stato l'informatore principale della «Weltwoche»? La redazione dice: erano molti, e non di tutti si poteva rivelare l'identità. Vi è però contraddizione evidente con quanto dichiarato da Engeler al «Tages-Anzeiger», e specialmente alla «Basler Zeitung» del 7 gennaio 2012: che il principale informatore era l'avvocato Hermann Lei. Ai lettori è stata fatta mancare una vera informazione circa le fonti della notizia, la redazione ha taciuto il fatto di non aver mai avuto un contatto diretto con il impiegato della banca, il Consiglio constata perciò una violazione della Cifra 1.

È stata davvero sporta una denuncia penale contro Hildebrand? Al Consiglio della stampa non è stato possibile accertare oltre ogni dubbio che il 5 gennaio una denuncia era stata effettivamente presentata. Ma, in quanto la «Weltwoche» ha dato al lettore l'impressione che la denuncia sia partita dal consulente bancario – il che è stato dimostrato inesatto – anche su questo vi è stata violazione della Cifra 1.

### Rettifica

Poiché la «Weltwoche» aveva dato una falsa indicazione circa la prima fonte, e dopo che si era rivelato inesatto che una denuncia penale era stata presentata dal consulente bancario, le rettifiche erano necessarie. Omettendo le rettifiche, la «Weltwoche» ha violato la Cifra 5 della «Dichiarazione».

### Montaggio

La foto del documento bancario doveva essere contrassegnata dalla scritta «montaggio»? Il senso della Direttiva 3.6 del Consiglio della stampa è chiaro: «Montaggi di fotografie o di immagini (...) devono essere in ogni caso segnalati come tali, per evitare qualsiasi rischio di confusione.» Di fatto, il pubblico non poteva rendersi conto subito che si trattava di un ritaglio e che l'immagine era stata montata.

### Dovere di ascolto. Fonti

La notizia che era stato il consulente bancario di Hildebrand in persona a fornire alla «Weltwoche» l'informazione sui dati del cliente e la relativa transazione, e che una denuncia penale era stata da lui inoltrata, sono da ritenere «gravi addebiti» nel senso della Direttiva 3.8? Il Consiglio della stampa risponde affermativamente a questa domanda. Il segreto bancario rappresenta un valore fondamentale, in quanto base della fiducia che il cliente deve avere nei confronti dell'istituto bancario. La



di Dominique von Burg,  
presidente del Consiglio svizzero della stampa

«Weltwoche» era dunque tenuta – anche per una preoccupazione di verifica della fonte – a mettere la banca al corrente dell'indiscrezione prima di pubblicare la notizia. Vi è stata dunque pure una violazione della Cifra 3 della «Dichiarazione».

#### Ricerca leale

Engeler poteva legittimamente dedurre, dalle informazioni che gli erano state passate, che provenivano dalla banca? Per il Consiglio della stampa, egli ha rispettato, anche se solo di misura, il dovere che incombe ad ogni giornalista, di conoscere la fonte delle sue informazioni. Ma la notizia era attuale, di evidente interesse pubblico, e non era uscita solo a causa del segreto bancario. Il chiarimento circa l'agire del presidente della BNS era dunque di tale importanza da prevalere sulla circostanza che con la sua indiscrezione il consulente della banca aveva violato il segreto bancario. La Cifra 4 della «Dichiarazione» non risulta dunque violata.

*Oltre a questi rilievi particolari nel «caso Weltwoche», il Consiglio della stampa ha espresso le seguenti constatazioni:*

**1.** Al di là puntuali mancanze segnalate, nel «caso Hildebrand» la stampa si è comportata da vero «cane da guardia della democrazia». L'inchiesta giornalistica, dato il contesto, era necessaria. Per questo tipo di informazioni,

l'interesse pubblico prevale sulla protezione della sfera privata.

**2.** In alcuni articoli si è constatato il pericolo di strumentalizzazione del giornalista da parte dell'informatore. In qualche caso sono mancate indipendenza e distanza tra i due ruoli. Al pubblico non è però venuta meno la possibilità di distinguere la parte svolta dai giornalisti da quella dei protagonisti del «caso».

**3.** La regola per la quale una notizia non confermata deve essere ottenuta da due fonti tra loro indipendenti non è applicabile automaticamente ad ogni singolo caso. Eccezionalmente, e in quanto sostenuta da un documento, il giornalista può fondarsi anche su una sola fonte, da lui non direttamente conosciuta, se ne abbia per quanto possibile verificato l'origine e ne abbia informato le persone in causa. Al lettore deve comunque essere sempre precisata la natura delle fonti utilizzate.

In linea di principio, i commenti postati in rete devono essere firmati. Meraviglia! Con la Presa di posizione recentemente adottata (52/2011), il Consiglio della stampa si è dunque schierato con i fautori del «controllo» di Internet? Di chi vuol farla finita con la cultura dell'anonimato, ma che per questa ragione è disposto a restringere la libertà d'espressione totale che la rete ha consentito, dunque a negare un principio – la libertà di espressione – che dovrebbe invece avere a cuore? No. Il campo di competenza cui si applicano le direttive del Consiglio della stampa non si estende infatti ad ogni tipo di pubblicazione, e tanto meno alla globalità dei messaggi messi in rete, ma è ristretto alla parte redazionale dei media.

In tale prospettiva – è dottrina da almeno dodici anni (cfr. la Presa di posizione 36/2000) – il Consiglio della stampa ritiene che i siti web dei media in Internet, limitatamente alla parte redazionale, siano soggetti alle regole della professione come qualsiasi altro prodotto giornalistico, scritto o audiovisivo. Questo perché «il problema

dei commenti anonimi in rete si pone in modo analogo sul web come sulla carta stampata. Sono il contenuto e il contesto del prodotto a essere deontologicamente determinanti» – continua la Presa di posizione 52/2011 –, non il mezzo attraverso il quale il contributo del lettore giunge al pubblico.

Sempre, da quando il Consiglio della stampa si occupa della rubrica della lettere al giornale, è ribadita la regola che tali contributi devono essere firmati, e ciò in base a uno dei principi di fondo della deontologia, che afferma il diritto del pubblico a conoscere la fonte di un'informazione o l'autore di una presa di posizione. Lo stesso Consiglio ha però ammesso la possibilità di eccezioni giustificate: per esempio, se occorre proteggere una fonte, oppure la sfera privata di persone, il contributo esterno può essere pubblicato anche senza firma. In tale caso eccezionale, tuttavia, si esige che la redazione sia al corrente dell'identità dello scrivente.

Le stesse eccezioni si applicano ai commenti postati in rete, in particolare nei casi delicati, quando sono in gioco la salute o i beni di una persona. L'anonimato

## Composizione del Consiglio della stampa 2012

### Presidente

non è ammesso quando i commenti si riferiscono alla politica o al mondo degli affari, dove si dà frequente motivo di interventi in rete, magari per reazione a una notizia o a un commento pubblicati nella parte redazionale. Discussioni di questo tipo sono inerenti alla funzione stessa del giornalismo, e come tali «acquistano senso e valore» se sono firmati (così il Consiglio della stampa). Ed è un fatto – si constata – che un numero sempre maggiore di testate ha fatto proprio questo tipo di regola.

Su un punto solo il Consiglio della stampa è disposto ad ammettere un'eccezione specifica per i media online. Sarebbe eccessivo – afferma – pretendere che tutti i contributi siano firmati nel caso della partecipazione a dibattiti basati sulla reazione immediata e spontanea del pubblico. In tale caso, tuttavia, il Consiglio esige che il sito sia monitorato per garantire «che nessuno abusi dell'anonimato per esprimere commenti diffamatori o discriminatori». Una verifica a cose fatte non basta. Perché, se è vero che certe opinioni fuori luogo possono essere successivamente rettificate, per il tempo che il messaggio impro-

prio è rimasto in rete c'è stata violazione delle regole deontologiche.

Circa i «blog» personali (cioè tenuti da collaboratori esterni alla redazione), il Consiglio della stampa ritiene che la responsabilità dei loro contenuti non spetti alla redazione bensì all'editore. È lo stesso principio che vale per la parte pubblicitaria o per il sito web del giornale. Per analogia con la regola della separazione tra testo redazionale e pubblicità, il Consiglio della stampa richiede però che si precisi sempre quando dei contenuti di una parte del sito non è responsabile la redazione.

Che senso ha, uno può chiedersi, distinguere la responsabilità della redazione da quella dell'editore, oppure tra i contenuti giornalistici dei siti web e quelli che non lo sono? La risposta è facile: la distinzione si basa sulla stessa ragion d'essere della «Dichiarazione dei doveri e dei diritti»: cioè sulla libertà che il giornalista pretende di godere in una società aperta e democratica, in cambio della quale tuttavia egli si impegna alla ricerca della verità e al rispetto della trasparenza delle fonti, a servizio del pubblico.



**Dominique von Burg**

Carouge, ancien rédacteur de la «Tribune de Genève»

### Vicepresidenti



**Francesca Snider**

Locarno, Avvocato e notaio



**Max Trossmann**

Adliswil, Historiker und Publizist

## Rappresentanti del pubblico



**Annik Dubied**

Professeure associée Département de Sociologie Uni Genève



**Dr. phil. I Michael Herzka**

Zürich, Studienleiter  
Nonprofit-Management, ZHAW



**Dr. iur. Peter Liatowitsch**

Basel, Rechtsanwalt,  
Notar und Mediator



**Dr. phil. Markus Locher**

Basel, Mittelschullehrer



**Anne Seydoux**

Delémont, Conseillère aux Etats

## Giornalisti



**Marianne Biber**

Berne, Agence Télégraphique Suisse



**Michel Bühler**

Orbe, Journaliste libre



**Pascal Fleury**

Ependes, «La Liberté»



**Jan Grüebler**

Zürich, Schweizer Radio DRS



**Matthias Halbeis**

Zürich, «SonntagsZeitung»



**Pia Horlacher**

Zürich, «NZZ am Sonntag»

## Giornalisti:



**Klaus Lange**  
Zürich, Newsroom «Blick»



**Francesca Luvini**  
Lugano, Radiotelevisione Svizzera



**Sonja Schmidmeister**  
Rüschlikon, Schweizer Radio DRS



**Franca Siegfried**  
Zürich, «Blick»-Gruppe



**David Spinnler**  
Ftan, Radiotelevision  
Svizra Rumantscha RTR



**Françoise Weilhammer**  
Genève, Radiotélévision Suisse

## Segretariato



**Michel Zendali**  
Lausanne, Radiotélévision Suisse



**Dr. Martin Künzi**  
Interlaken, Fürsprecher

## Si può ordinare a:

*Annuario / Consiglio svizzero della stampa ISSN 1664-9346*

*Schweizer Presserat*

*Sekretariat*

*Conseil suisse de la presse*

*Secrétariat*

*Consiglio svizzero della stampa*

*Segretariato*

Postfach/Case 201, 3800 Interlaken

Telefon/Téléphone/Telefono: 033 823 12 62

Telefax/Téléfax/Telefax: 033 823 11 18

Website: [www.presserat.ch](http://www.presserat.ch); E-Mail: [info@presserat.ch](mailto:info@presserat.ch)

Correzioni: Max Trossmann

Composizione e impaginazione: Domino Werbeagentur, Interlaken

Stampa: Balmer Druck, Interlaken