

**SCHWEIZER PRESSERAT
CONSEIL SUISSE DE LA PRESSE
CONSIGLIO SVIZZERO DELLA STAMPA**

Dominique von Burg, presidente
62 rte de Drize
1227 Carouge
dominique@von-burg.com

Relazione annuale 2011 del Consiglio svizzero della stampa Al Consiglio di fondazione secondo l'art. 21 del Regolamento

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 ricorda 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 numero 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. Motivi 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 1 (24 volte) e la cifra 9 (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 2009 c'erano stati otto reclami, nel 2010 nove: 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 stata 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 «Gaynosinen 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 notizia, 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 articolo 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 «Liberi pensatori» dev'essere perciò accolto. Sarebbe stato al giornale assolutamente possibile verificare il particolare presso il docente in causa, che risulta si 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» – «Fesserie 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 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. Adattamento delle direttive annesse alla «Dichiarazione dei doveri e dei diritti»

Il 1. luglio 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 prima dell'estate 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 sottocommissione «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, 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, marzo 2012