

**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](mailto:dominique@von-burg.com)

## **Relazione annuale 2016 del Consiglio svizzero della stampa Al Consiglio di fondazione secondo l'art. 21 del Regolamento**

È abbastanza presente il Consiglio della stampa nella pubblica discussione? O dovrebbe intervenire più rapidamente in alcuni casi? Oppure, al contrario, dovrebbe continuare a esprimersi solo dopo matura riflessione, sentito il parere di tutti? Più in generale: il suo modo di comunicare non è forse tipico di un passato che non torna? O le sue prese di posizione sono troppo lunghe? Più volte, in passato, questi interrogativi hanno dato luogo a discussioni interne. Il 24 maggio, a Lucerna, Consiglio della stampa e Consiglio di fondazione hanno deciso di cercare insieme una risposta coerente. Alla base del lavoro vi sarebbe stato il rapporto di un gruppo di lavoro incaricato di sondare il parere di varie personalità circa l'immagine che il Consiglio della stampa offre di sé: immagine risultata alla fine positiva per quanto riguarda i contenuti, negativa circa la comunicazione. Le conseguenze sono state tratte il 27 ottobre a Zurigo, alla presenza di 17 membri dei due consigli, della direttrice e della sua collaboratrice amministrativa. La discussione, animata da Reto Schlatter (cui va un sentito ringraziamento per il prezioso contributo), è sfociata nella formazione di tre gruppi di lavoro: il primo sul ruolo e l'identità del Consiglio della stampa, il secondo sulla sua organizzazione, il terzo sulla comunicazione. I tre gruppi presenteranno proposte alla seduta plenaria di primavera del Consiglio della stampa, come pure al Consiglio di fondazione. Nell'attesa, una prima decisione è stata adottata circa la tempistica delle prese di posizione: un reclamo non potrà essere presentato oltre tre mesi (in passato: sei) dalla pubblicazione del prodotto mediatico preso di mira. La modifica statutaria è entrata in vigore il 1. gennaio 2017. Circa l'obbligo morale dei media di riferire sui giudizi sfavorevoli che li riguardano, il Consiglio della stampa ha deciso di rendere nota ogni mancanza a questo dovere di trasparenza. Anche questa decisione è operativa dal 1. gennaio 2017.

### ***1. Numero dei reclami, decisioni, casistica delle violazioni***

Nel 2016, il numero dei reclami in entrata è risultato particolarmente basso: solo 47, ossia meno della metà della media pluriennale dall'anno 2000. Che si tratti di un'eccezione è probabile: lo dimostra il netto aumento dei reclami entrati nei primi mesi del 2017. Anche il numero delle prese di posizione è stato di conseguenza inferiore alla media: 51 in totale. Non per questo al Segretariato è mancato il lavoro, concentrato in particolare sulla ricerca di finanziamenti e sulla preparazione del seminario citato.

Dei 47 reclami inoltrati, 3 sono stati ritirati. 51 sono state le risoluzioni adottate, 33 preparate dal Consiglio di presidenza, 18 dalle Camere. Due risoluzioni hanno fatto oggetto di discussione in seduta plenaria prima dell'approvazione. Ricordo che la presidenza non rinvia alle Camere reclami riferibili a prese di posizione già decise in passato, come pure – salvo eccezioni – reclami per cui si decide la non entrata in materia; tali decisioni, inoltre, quando non siano oggetto di una decisione

motivata, non sono registrate dalla statistica oggetto di questo rapporto. Perché si decide di non entrare in materia? Tre i criteri adottati : l'infondatezza manifesta del reclamo, una procedura parallela avviata dinanzi a un tribunale o all'Autorità indipendente di ricorso in materia di radio e tv, il mancato rispetto del termine per la presentazione del reclamo.

Nel 2016, complessivamente, 20 reclami sono stati respinti e 18 accettati (10 solo parzialmente).

## ***II. Motivi di reclamo e di violazione***

### **1. Motivi dei reclami presentati**

Sono i soliti tre, come negli scorsi anni, i punti della «Dichiarazione dei doveri e dei diritti del giornalista» più toccati dai reclami.

- Anzitutto la **cifra 3**: 24 volte, per omissione del dovere di ascolto in caso di addebiti gravi (8), il trattamento delle fonti (6), l'omissione di elementi dell'informazione (4), la deformazione di una notizia (4), illustrazioni (2), documenti d'archivio (1).

- In seguito la **cifra 1** (Rispetto della verità): 19 volte.

- In terzo luogo la **cifra 7**: 15 volte. In particolare per accuse anonime o infondate (6), mancato rispetto della sfera privata (5), mancato rispetto della presunzione di innocenza (2), abuso nella menzione dei nomi (1) abuso di una situazione di angustia (1).

Gli altri punti della «Dichiarazione» toccati dai reclami sono stati, nell'ordine:

- la **cifra 5** (10 volte), circa l'obbligo di rettifica (9) e la rubrica delle lettere al giornale (1);

- la **cifra 2** (8 volte), circa la distinzione della cronaca dal commento (4), l'equilibrio del rendiconto (3), la situazione di monopolio (1).

- la **cifra 8** (6 volte), per discriminazione (4) e mancato rispetto della dignità umana (2).

- infine la **cifra 4** (metodi sleali di ricerca: 4 casi) e la **cifra 10** (separazione tra testo redazionale e pubblicità : 2 casi).

### **2. Motivi delle violazioni accertate**

Quanto al motivo, le violazioni constatate nel 2017 dal Consiglio della stampa si ripartiscono come segue :

- 8 violazioni della **cifra 7** della «Dichiarazione» (4 volte per mancato rispetto della sfera privata, 3 per identificazioni abusive, 1 per mancanza di discrezione in rapporto alla sfera sessuale.

- 5 violazioni della **cifra 3**: mancato dovere di audizione in caso di addebiti gravi (3), voci pubbliche e rapporto leale con le fonti (1+1).

- 4 violazioni della **cifra 1**: mancanze al rispetto della verità
- 2 violazioni della **cifra 5**: circa il dovere di rettifica e i commenti anonimi sull'online (1+1);
- 1 violazione della **cifra 2**: circa la distinzione tra fatto e commento.
- 1 violazione della **cifra 4**: ricerca sleale.
- 1 violazione della **cifra 8**: discriminazione.
- 1 violazione della **cifra 10** : separazione tra parte redazionale e pubblicità.

### ***III. Alcune prese di posizione significative***

In tre prese di posizione relative a casi che avevano interessato molto le cronache il Consiglio della stampa ha richiamato ai media il dovere di rispetto dovuto anche alle persone pubbliche quando sia in causa la loro vita privata e soprattutto la loro sfera intima. Solo in particolari circostanze può essere fatto valere l'interesse pubblico. Ma dev'essere sottolineato ancora una volta che l'interesse pubblico non corrisponde necessariamente alla curiosità della gente e dei giornali.

#### ***Anche se attiva in politica, la donna aveva diritto alla protezione della sua sfera intima – tanto più in quanto si trattava della vittima***

Il 24 dicembre 2014 il «Blick» lanciava in prima pagina il titolo: «Uno scandalo sessuale coinvolge un politico UDC», e in grande rilievo: «L'ha abusata?» Seguivano nomi, cognomi e foto dei due asseriti protagonisti. Il caso era effettivamente destinato a suscitare uno scandalo, ma al momento della pubblicazione si trattava solo di voci. Anzitutto – fa notare il Consiglio della stampa – l'identità delle due persone non doveva essere rivelata in mancanza di una conferma dei fatti. Ma, soprattutto, è il nome della vittima che doveva essere taciuto. Il quotidiano fa valere che un rapporto sessuale tra presidenti di partito «agli antipodi dello schieramento politico» fa del caso privato un caso pubblico. Il Consiglio della stampa non è d'accordo: non si dà interesse pubblico preponderante quando è in causa la sfera intima di una persona. (9/2016)

#### ***Limitarsi a riferire delle voci può macchiare a lungo una reputazione***

Al Consiglio della stampa si è rivolto pure il politico protagonista del caso precedente. A parere del Consiglio, il giornale ha riferito correttamente che il presidente di un partito cantonale era sospettato d'aver commesso un'infrazione di carattere sessuale e che per tale motivo si trovava detenuto in via provvisoria. L'informazione, da questo punto di vista, poteva essere ritenuta di interesse pubblico. Ma il giornale ha mancato di chiedergli ragione delle gravi accuse che gli venivano mosse. Il fatto che fosse rimasto in detenzione per una notte non giustifica il mancato rispetto del dovere di raccogliere anche il suo avviso. L'interrogativo lasciato in sospeso («L'ha abusata?») era del resto di tale gravità da superare la normale presunzione di innocenza. Il sospetto raccolto dalla voce pubblica era certamente tale da macchiare a lungo la sua reputazione. (10/2016)

### ***Storie di selfies***

«Si mandano *selfies* nudi dal Municipio». Così la «Schweiz am Sonntag» riferiva dello scambio di intimità tra un politico e una giovane donna, che un magistrato avrebbe fatto dal suo ufficio via *smartphone*. La polizia sarebbe intervenuta arrestando la donna – precisava il giornale, citando fonti riservate –, su pressione dello stesso uomo politico. Il Consiglio della stampa ribadisce che la sfera privata di una persona pubblica è in linea di principio protetta in quanto non tocchi direttamente la funzione da lui svolta: questa, semmai, sarebbe la premessa che fa scattare l'interesse pubblico preponderante. Ma non tutto quel che capita in un edificio pubblico è, per sé, di dominio pubblico, e uno scambio di *chat* appartiene alla sfera intima delle persone, della quale i mass media non sono autorizzati a dar conto. Più severamente potrebbe essere giudicato l'abuso di autorità consistente nell'asserita chiamata della polizia. Ma sul punto la «Schweiz am Sonntag» non è stata in grado di produrre una prova certa. (23/2016)

### ***Una ricerca leale deve precisare il suo scopo***

«Socialità assurda: una famiglia costa al Comune 60 mila franchi al mese». Il titolo anticipa il contenuto di un servizio in cui il «SonntagsBlick» descrive le spese causate a un piccolo comune del Canton Zurigo da una famiglia di rifugiati eritrei di nove persone: tali, sostiene il giornale, da mandare a fondo le finanze comunali. La giornalista riferisce informazioni ottenute dalla madre della famiglia in questione. Ma il contatto – denuncia l'organizzazione «SolidHelp», che si è rivolta al Consiglio della stampa – ha avuto luogo mettendo avanti il pretesto di aiutare la donna a riavere i figli internati in un istituto: le lettere scambiate lo dimostrano. Il Consiglio della stampa ricorda che i giornalisti devono agire a viso aperto (il che, nel caso, era avvenuto), chiarendo però anche da subito lo scopo dell'inchiesta. Sul punto la buona fede della donna è stata chiaramente abusata, tanto più se si considera che aveva difficoltà a capire la lingua e non aveva esperienza di contatto con i media. (20/2016)

### ***Immagini-testimonianza di un attentato terroristico***

Il 22 marzo 2016, il «Blick am Abend» pubblicava varie immagini riprese dopo l'attentato terroristico commesso la mattina stessa a Bruxelles. Tra queste, quella di una donna seduta, vestita di giallo, leggermente ferita e chiaramente identificabile, con la parte superiore del corpo parzialmente scoperta. Il Consiglio della stampa sottolinea l'importanza che i giornali riferiscano delle azioni terroristiche pubblicando le immagini relative come testimonianza. In questo consiste il senso profondo del fotogiornalismo: dare visibilità alla tragedia umana che l'atto terroristico ha provocato. Nella fattispecie, che la figura centrale (ma anche quella di un'altra donna) sia identificabile non costituisce violazione della sfera privata: l'interesse pubblico dell'informazione prevale. Neppure si può dire che la donna fosse ritratta in una posa indecente: l'immagine era rispettosa della sua dignità. (35/2016)

### ***Informazione online: non a tappe, però***

Il «Tages-Anzeiger» e il «Bund» riferivano del caso di una paziente colpita da una malattia rara, dipendente dalla somministrazione di farmaci tra i più cari in Svizzera. Poiché la donna pesa oltre misura e la dose del farmaco è in funzione del peso corporeo, la sua cassa malati l'ha invitata a fare una nuova cura dimagrante che le consentisse di «calare» di almeno altri sei chili. Il «Tages-

Anzeiger Online» integrava la notizia con il commento di una consigliera nazionale che accusa l'assicuratrice di sistematicamente operare questo tipo di pressioni. La presa di posizione della cassa malati Concordia fu pubblicata, senza commento, l'indomani. Il Consiglio della stampa ha dato ragione ai giornali per quanto concerne la notizia come tale, ma rimprovera al «Tages-Anzeiger» di non aver raccolto l'avviso dell'assicuratrice prima di pubblicarla. Con questa presa di posizione il Consiglio intende rendere attenti i media alle notizie date... a scaglioni. Le regole della deontologia – che esigono la messa a confronto fattuale dei pareri divergenti – vanno rispettate. (37/2016)

### **«Marketing di contenuti»**

Il punto 10.2 delle Direttive annesse alla «Dichiarazione» è esplicito: «Non sono ammesse prestazioni redazionali (per es. servizi che «accompagnano» un'inserzione) come «contropartita» di pagine o emissioni pubblicitarie». In causa è il comportamento della società Mediaplanet, che ha preso contatto con il Partito Socialista Svizzero (PSS) per invitarlo a redigere un articolo su un tema di sua scelta nel supplemento pubblicitario «Tabou» allegato al quotidiano «Le Matin». In cambio si proponeva un inserto pubblicitario a pagamento «che permetterà ai lettori di riconoscere e sottolineare la vostra identità visuale». Mediaplanet è promotrice di un «marketing di contenuti» che – per sua ammissione – usa un amalgama di articoli, *publireportages* e annunci pubblicitari, spesso collegati con articoli nella parte redazionale. Dopo discussione, il Consiglio della stampa ha deciso di entrare in materia, avvertendo che il senso e la realtà di questo tipo di annessi sono tali da fuorviare il lettore circa il loro vero scopo, tanto più in quanto allegati a un quotidiano di ampia diffusione. (7/2016)

***Tutte le prese di posizione del Consiglio della stampa possono essere consultate al sito:  
[www.presserat.ch](http://www.presserat.ch).***

## **IV. Comunicazione**

La conferenza stampa annuale, organizzata nel mese di luglio, è valsa soprattutto a dare rilievo alle prese di posizione circa la sfera privata delle persone pubbliche (cfr. III).

Membri del Consiglio della stampa hanno fatto visita nel corso dell'anno a tre redazioni. Nessuno ha fatto uso, invece, della possibilità offerta a giornalisti o a persone vicine ai media di assistere alle deliberazioni di una Camera. Chi è interessato a questa pratica trova tutte le indicazioni utili al sito [www.presserat.ch](http://www.presserat.ch).

## **V. L'incontro di Stoccolma dell'AIPCE**

L'annuale incontro dell'Alleanza dei Consigli della stampa indipendenti d'Europa (AIPCE) si è svolto a Stoccolma e ha avuto un rilievo particolare perché si festeggiava il centenario della fondazione del Consiglio della stampa svedese, nonché il 250.mo del riconoscimento del principio della trasparenza degli atti della pubblica amministrazione nello stesso Paese.

Tra i numerosi interventi si è distinto quello del direttore del quotidiano «Expressen», Thomas Mattson, che nel suo giornale rivolge spesso ai lettori l'esortazione a ricorrere all'organismo di deontologia svedese. Il giornale dà il massimo della pubblicità agli interventi del Consiglio (li cita addirittura in prima pagina o nelle locandine affisse alle edicole). Lo scopo è quello di incoraggiare

lo spirito critico di chi legge. Il direttore del citato giornale – noto per la qualità delle sue ricerche – rileva che l'assenza di reclami può essere il segno che i giornali mancano di coraggio e di curiosità.

Più frequenti, invece, nei Paesi scandinavi soprattutto, gli episodi di minacce a giornalisti.

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