

annuario 2008

Jahrheft 2008

des Schweizer Presserates

Revue annuelle 2008

du Conseil suisse de la presse

Annuario 2008

del Consiglio svizzero della stampa

Annuario 2008

del Consiglio svizzero della stampa

Jahrheft 2008

des Schweizer Presserates

Revue annuelle 2008

du Conseil suisse de la presse

Indice

Editoriale	3
Pietre miliari nella prassi del Consiglio della stampa.	5
Dal Rapporto annuale 2007	8
Modifiche della «Dichiarazione», delle Direttive e del Regolamento.	16
Diritto all'oblio. Il caso dei preti pedofili (Dominique von Burg)	18
Editori e SSR nuovi partner della Fondazione «Consiglio svizzero della stampa» (Martin Künzi)	22
Composizione del Consiglio della stampa 2008	26

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**.

Un Consiglio della stampa rafforzato e posto di fronte a compiti nuovi

Ricevere il testimonio nel cambio di presidenza del Consiglio della stampa è per me, insieme, una sfida e un onore. Una sfida perché la credibilità dei media non è in ascesa, se mi è consentito esprimermi con un eufemismo. Un onore perché in pochi decenni questo Consiglio della stampa ha acquisito un' autorità morale notevole: i giornalisti di questo Paese l'hanno dichiarato in un'inchiesta sociologica recentemente pubblicata. E il pubblico seguita a dimostrargli fiducia con sempre nuove richieste di giudizio. E come non fosse stata al top la mia soddisfazione, ecco che il 1. luglio 2008 l'ingresso degli editori e della SRG SSR idée suisses nel Consiglio di fondazione fa scattare di un gradino all'insù il grado di maturazione dell'organismo di autodisciplina. Pur prevista da tempo, e benché iscritta nella struttura della maggior parte delle istituzioni di questo tipo all'estero, tale collaborazione non si era finora potuta realizzare. Ma adesso, dopo un negoziato tanto lungo quanto costruttivo, è nei fatti. È il caso di rallegrarsene, e per più di una ragione.

Il primo vantaggio che ne deriva consiste nel rafforzamento del principio dell'autodisciplina in ambito deontologico. Fin dalle origini del sistema, l'idea di fondare un consiglio di uguali rifletteva l'obiettivo di evitare che la politica imponesse ai mass media una qualche forma



di controllo esterno. Sostenuto com'è ora dai rappresentanti dei datori di lavoro, oltre che dei prestatori d'opera, il Consiglio della stampa consolida le sue basi. E questo senza che l'accesso della parte padronale comporti un indebolimento della sua indipendenza.

Aderendo alla «Dichiarazione dei doveri e dei diritti dei giornalisti» senza cercare di modificarla, editori e titolari del servizio pubblico radiotelevisivo si impegnano a rispettare le regole deontologiche definite dai giornalisti. È il secondo vantaggio. Con questa decisione essi riconoscono al giornalismo, oltre la consistenza economica, un compito sociopolitico eminente da svolgere. Riconoscono pure che esiste un legame tra giornalismo di qualità e mezzi adeguati che consentano di realizzarlo. Il Consiglio di fondazione è posto ora in grado di infondere un nuovo dinamismo al dialogo sociale.

Infine, mezzi finanziari più consistenti permetteranno al Consiglio della stampa di approfondire la propria azione e di affrontare nuovi compiti. Si tratterà ora di agire in profondità nell'autocoscienza della categoria, sia per rendere più sensibili i giornalisti al rispetto del codice etico sia per incrementare il discorso etico

dentro le redazioni. Le decisioni del Consiglio della stampa sono ricevute con rispetto ma influenzano poco il lavoro di tutti i giorni: anche questo aveva rilevato l'inchiesta citata all'inizio.

Nel corpo sociale, infine, al Consiglio della stampa spetta il compito di tenere vivo, insieme con le altre istituzioni che vi si impegnano, la pubblica discussione sui molti fattori di involuzione che insidiano il ruolo civile del giornalismo e ne indeboliscono la funzione democratica. I nuovi equilibri economici determinati dall'accessibilità sempre maggiore alle fonti dell'informazione, la stessa gratuità

con cui queste nuove possibilità sono offerte, saranno in grado di migliorare la conoscenza del mondo da parte della gente, oltre gli schermi della moda e la capacità di influenza dei potenti? Come garantire un'informazione indipendente nel contesto di una comunicazione tecnicamente sempre più raffinata e influenzata dall'autopromozione? Come evitare infine che il giornalismo d'inchiesta si trovi soffocato in ovo da una giuridizzazione sempre più inquietante?

Dominique von Burg, presidente del Consiglio svizzero della stampa

Pietre miliari nella prassi del Consiglio 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 «Sonntags-Zeitung» 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).
- 1998:** Sulla base di una serie di audizioni con esperti, il Consiglio pubblica due prese di posizione circa la pubblicazione di immagini raccapriccianti e di violenza sessuale (2/1998).
- 2000:** Pronunciandosi sulle rivelazioni circa la paternità extra-coniugale di un attore, il Consiglio della stampa difende il diritto alla protezione della sfera intima anche nel caso di persone famose, se non lo richiede un interesse pubblico (42/2000).

2002: Pronunciandosi sugli articoli del «Blick» e del «SonntagsBlick» 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.

2003: Il Consiglio della stampa critica la pubblicazione del nome di un presunto «assassino» ed ex campione di corse militari dopo il suo arresto da parte della polizia (6/2003).

2005: Il Consiglio critica un servizio sulla situazione finanziaria della compagnia aerea «Swiss», in cui si sostiene che alcuni fornitori di carburante sono inquieti, «in pratica, a causa di ritardi di pagamento». Il Consiglio è del parere che la compagnia aerea avrebbe dovuto essere confrontata con la critica prima della pubblicazione. Non basta il riferimento alla fonte della notizia, anche se si tratta di un alto dirigente di «Swiss» (24/2005).

2006: Prendendo spunto dalla discussione sulle «vignette danesi» sul Profeta Maometto, il Consiglio esprime una valutazione di fondo 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.

2007: Ricevuto un reclamo dell'Associazione «Info en danger» circa la crescente mescolanza di contenuti redazionali e di pubblicità, 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 ecclesiastici 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.

Sintesi del Rapporto annuale del Consiglio della stampa

I. Numero dei reclami e ragione di quelli accolti

Il Consiglio della stampa si è posto come obiettivo di influenzare positivamente la consapevolezza etica delle redazioni, convinto che la sussistenza di mass media di qualità dipende esclusivamente da un valore aggiunto di quel tipo. È la funzione *pro-attiva* della sua attività. In funzione *difensiva*, il Consiglio della stampa vuole essere pure una libera e autonoma istanza di autoregolazione, che consenta di evitare il controllo dello Stato sui media. Al pubblico è offerta la possibilità di presentare un reclamo quando abbia la sensazione che il codice professionale non è stato rispettato.

Si direbbe una costante, ormai: il numero dei reclami, cui il Consiglio della stampa risponde con una presa di posizione, negli ultimi sei anni si è stabilizzato attorno a quota 65 (con un picco negativo nel 2005 dovuto a circostanze casuali). Nel 2007 le prese di posizione sono state 63. A venticinque istanti il Consiglio della stampa ha dato ragione, in tutto o in parte: ciò significa che un corrispondente numero di servizi giornalistici non era conforme al codice professionale. Tre sono i motivi ricorrenti in cui, in misura quasi uguale, si ripartiscono i reclami accettati: metodi sleali per ottenere un'informazione, violazione della sfera privata, pubblicazione non giustificata di nomi di persona (tra 4 e 5 per ogni gruppo). C'è poi un tema che riflette l'anda-

mento della criminalità comune: sesso e alcool consumati in misura eccessiva. Come si comportano i mass media nei confronti dei giovani autori di reati e delle loro vittime? (3 casi). Tra i casi singoli, due si riferivano all'obbligo di tenere separate la parte redazionale e la parte pubblicitaria nei media.

Tra i reclami respinti, alcuni che affermavano il diritto alla pubblicazione di lettere mandate ai giornali. Non da sottovalutare neppure la pretesa che il Consiglio della stampa imponga ai media un dovere di obiettività e di equilibrio. I doveri su cui il codice dei giornalisti insiste sono piuttosto il rispetto delle persone, la lealtà dei metodi e la trasparenza. Numerosi i reclami che lamentano un'infrazione senza documentarne la consistenza con prove adeguate: il Consiglio della stampa non può assumere direttamente delle prove, oppure obbligare le parti a produrle.

II. Una selezione delle decisioni più importanti

1. Quali limiti alla satira?

La «Weltwoche» pubblica un commento dello scrittore Gion Mathias Cavelti (titolo: «Im Banne der Nippelgöttin») in cui si prende in giro la moderatrice di un circolo di lettura di una città svizzera, affascinata a un punto tale da un giovane autore di cui presenta l'opera prima da lasciar cadere lo scollo del golfino che indossava fino a mostrare i seni. Cavelti

scrive di aver dovuto distogliere lo sguardo. Il reclamo contesta il modo subdolo con cui l'innominata moderatrice della serata era descritta.

Il Consiglio della stampa ha ritenuto di non dover estendere il principio di non-discriminazione fino a fissare i limiti di una possibile «sexual correctness». Gli è stato inoltre difficile considerare «le fantasie maschili» dell'autore come un gesto di disprezzo per la donna in generale, ridotta a oggetto sessuale. La descrizione della misura della scollatura, però, viola il dovere di rispetto della sfera intima delle persone: la moderatrice è quasi accusata di provocazione sessuale, e in definitiva la funzione pubblica che riveste la rende riconoscibile (Presca di posizione 2/2007).

2. Critica letteraria o ingiuria?

Alla soglia dei suoi ottant'anni, nel 2006, Christoph Geiser riedita un suo fortunato romanzo degli anni Ottanta del Novecento – «persuasivo come i precedenti» secondo una brava collaboratrice della NZZ, Beatrice von Matt. Ma Daniel Arnet, in una «Recherche» pubblicata da «Facts», descrive Geiser come il tipico «artista da sussidi». L'aiuto alla pubblicazione di opere letterarie, in Svizzera, premia i mediocri, chi manca di ispirazione, gli scrittori marginali, prevalentemente di sinistra, i predicatori senza pubblico. Geiser sarebbe uno di questi, un «enfant chéri» dei distributori di soldi.

Il Consiglio della stampa ribadisce che la deontologia non prescrive che i com-

menti siano obiettivi. La durezza del giudizio è lecita, anche se l'articolo è breve, purché esprima una valutazione, e nel giudizio negativo non sia volgarmente sleale. Obiettivo della critica in questo caso erano i criteri di assegnazione dei sussidi. D'altra parte, nel suo articolo il critico si arresta prima di degenerare nell'ingiuria e una sua ostilità preconcetta verso l'autore non è dimostrabile. Reclamo respinto (50/2007).

3. Contatto promesso prima della pubblicazione

Il giornalista che accetta di sottoporre il resoconto di un'intervista alla persona intervistata, e in ogni caso promette di prendere contatto prima della pubblicazione, deve rispettare l'impegno assunto. Due reclami toccavano questo ambito specifico.

Il consigliere di Stato bernese Mario Annoni si è rivolto al Consiglio della stampa dopo la pubblicazione di un ritratto «un tantino ritoccato» da un giornalista del «Bund» che lo aveva intervistato prima del suo ritiro dalla compagine governativa. Il giornalista si era impegnato a sottoporgli il testo prima di pubblicarlo. «Der Bund» si scusa dicendo che il giornalista era fuori sede «per il ponte dell'Ascensione», per cui il contatto previsto non aveva potuto aver luogo.

Divisi da una lunga controversia sullo stato di un terrazzo, descritto, rispettivamente, come «da restaurare» oppure «pericolante» (non è proprio la stessa

cosa, commenta il Consiglio della stampa), un imprenditore di Horgen reclama contro un giornalista del «Tages-Anzeiger» che gli aveva promesso di riprendere contatto con lui prima della pubblicazione. Il «Tages-Anzeiger» ammette che la promessa c'è stata, per quanto il colloquio «non avrebbe portato a niente». Il Consiglio della stampa ha confermato in entrambi i casi che le redazioni devono mantenere le promesse, se i giornalisti vogliono essere considerati persone serie (3/2007, 58/2007).

4. Principio di equità – Doveri di ascolto in caso di addebiti gravi

Se il giornalista si appoggia, per criticare un terzo, a un procedimento interno a un'amministrazione, l'autorità in questione dev'essere interpellata.

René Staubli del «Tages-Anzeiger» aveva rimproverato al collaboratore di un ufficio privato che svolge attività di verifica nel campo sociale di gestire relazioni troppo strette e compromettenti con un ufficio statale del quale era stato impiegato e che anche recentemente gli aveva affidato degli incarichi. Al centro del caso, un ufficio statale chiaramente nominato, di cui tuttavia non veniva citata l'opinione.

Un giornalista conosciuto per le sue inchieste nel campo della socialità aveva scritto a sua volta un articolo sul caso del richiedente d'asilo «Churchill». Questo aveva tentato dapprima di farsi passare per un cittadino etiopico sprovvisto di

documenti. La richiesta essendo stata respinta, «Churchill» si era presentato di nuovo, stavolta come cittadino eritreo costretto a rifugiarsi all'estero perché arruolato di forza nell'esercito: la richiesta era stata accolta. Le critiche del giornalista si riferivano in genere alle autorità competenti per esaminare le richieste d'asilo, ma anche a uno studio legale specializzato, secondo il giornale, nel trovare la scusa buona per procurare la residenza a richiedenti che non ne avrebbero diritto. Contro l'autorità aveva citato alcuni documenti, ma dello studio legale era in possesso solo di una lettera generica.

Il Consiglio della stampa ha ritenuto che l'ufficio menzionato nel primo caso e lo studio legale tirato in ballo per il «caso Churchill» avrebbero dovuto essere confrontati con le critiche del giornalista prima della pubblicazione, rispettando il principio dell'equo trattamento delle parti (12/2007, 60/2007).

5. Sospetti a carico di un detenuto

Molti giornali hanno riferito del caso di un maniaco sessuale che, approfittando di congedi concessi dall'autorità penitenziaria, era ricaduto in un tentativo di coazione. La «NZZ am Sonntag» precisava in un sottotitolo che l'uomo aveva molestato una prostituta e cercato di usarle violenza. Alcuni giorni dopo, il «Blick» pubblicava il nome e l'iniziale del cognome del personaggio («un conducente di escavatrici, alto un metro e novanta»), in-

dicava in quale penitenziario era stato rinchiuso nonché dove abitasse prima della condanna. In seguito lo stesso «Blick» aveva reso noto che il medico del carcere aveva prescritto al personaggio del «Viagra». Il foglio della sera «heute», a sua volta, dava la notizia che il maniacco aveva «durante il congedo violentato più volte delle donne».

Il Consiglio della stampa conferma che ai media è ovviamente lecito occuparsi di comportamenti a rischio di questo genere, come pure di dubbie somministrazioni di medicinali. Ma la descrizione del «Blick» (nome, iniziali, statura dell'uomo, domicilio attuale e domicilio precedente) sfiora i limiti del principio di non-identificazione. Il Consiglio deplora pure l'usanza di pubblicare le iniziali del nome delle persone. A che serve un'informazione così? si domanda, pur ammettendo che il detenuto non sarebbe stato riconoscibile fuori della sua cerchia familiare o sociale.

Il «Blick» e «heute», inoltre, non hanno riferito dell'inchiesta in corso, durante la quale l'indiziato aveva negato almeno una parte delle accuse. In ogni caso, essendo il detenuto riconoscibile nella cerchia dei carcerati, ci si sarebbe dovuti preoccupare di udire almeno il parere del difensore. Quando a «heute», invece di «tentata coazione», il giornale aveva scritto di «ripetuta violenza carnale»: un'accusa che nessun altro aveva menzionato. Nel caso di un reato penalmente rilevante, conclude il Consiglio della

stampa, le redazioni sono tenute a dar prova di una maggiore precisione (21/2007).

6. Menzione dei nomi

La «Basler Zeitung» pubblica un ritratto di Laura Armani, una transessuale che si vanta «di trovarsi finalmente nel suo vero corpo»: quello femminile. Il cambiamento di sesso ha posto la protagonista della storia in conflitto con suo padre, ex politico locale basilese e ufficiale dell'esercito. Questi reclama per la diffusione data ai suoi rapporti di parentela con la transessuale. Nella sua risposta, la «Basler Zeitung» fa notare la «notorietà pubblica» del genitore, il quale in un giornale ticinese avrebbe addirittura firmato con nome e cognome una lettera alla redazione.

Che in un conflitto di famiglia tra padri e figli il genitore sia stato (ma è passato molto tempo...) uomo politico e ufficiale non basta, secondo il Consiglio della stampa, per giustificare la pubblicazione della biografia e della sua foto nel giornale. Tra le cariche un tempo occupate dal padre e il disaccordo con sua figlia non esiste alcun rapporto. E una lettera pubblicata (un anno prima) da un giornale ticinese non necessariamente fa notizia a Basilea (61/2007).

7. Un' «etica particolare» per i media ticinesi?

Un conflitto di interpretazioni divide da alcuni anni alcuni media ticinesi e la

1. Camera del Consiglio della stampa, composta per 3/7 da italofoni.

Nel primo esempio erano in causa due ladri di nazionalità italiana, accusati di 263 furti con scasso commessi in Ticino e in altri cantoni della Svizzera. Processati davanti alla più alta istanza giudiziaria (la Corte delle Assise criminali), il «Corriere del Ticino» ne aveva pubblicato i nomi. Il reclamo presentato al Consiglio della stampa fa notare una contraddizione: il «Corriere» non avrebbe invece pubblicato il nome di un imprenditore a processo davanti a un tribunale di primo grado. Rispondendo al Consiglio della stampa, il direttore del «Corriere» precisava che i media ticinesi rispettano una regola: i nomi si pubblicano quando l'accusato è rinviato davanti a una Corte criminale, non si pubblicano se il processo ha luogo davanti alle Correzionali (40/2007).

Il secondo reclamo proveniva dai genitori di un giovane rimasto ucciso in un incidente stradale in Romandia, del quale il «Corriere» ha pubblicato il nome già nel sottotitolo della notizia. Il ragazzo non sarebbe persona nota al di fuori della ristretta cerchia familiare (41/2007).

Il Consiglio della stampa rinvia al codice deontologico e alle Direttive, che escludono in linea di principio la pubblicazione di nomi in mancanza di un interesse pubblico, pur con cinque eccezioni chiaramente indicate. Non possono essere considerati un criterio valido la gravità del reato e il rango della corte chiamata

a giudicare. E non vi è interesse pubblico neppure alla pubblicazione del nome di un infortunato sconosciuto ai più, anche se (come il giornale fa notare) tra la disgrazia e la pubblicazione è trascorso un tempo necessario per la comunicazione ai parenti.

8. Servizi sui giovani

I media sono ovviamente autorizzati a intervistare anche degli adolescenti. Se poi debbano essere individuati con nome, foto e altri particolari, è un altro problema.

Nel primo caso, una ragazza di 14 anni riceve sul proprio cellulare una chiamata da un giornalista di Radio 24. Vorrebbe farle alcune domande in merito agli episodi di sesso tra alunni di scuola accaduti a Zurigo-Seebach. La ragazza si rifiuta di rispondere. Il giornalista la richiama e assicura di aver saputo il fatto da una compagna: più volte, a suo dire, sessualmente molestata. A questo punto interviene la madre e si appella al Consiglio della stampa.

Il secondo caso riguarda una ricerca sulle abitudini bevverecce di alcuni adolescenti, condotta dal «Tages-Anzeiger». Sei di loro avevano accettato di rispondere, un sedicenne era finito in pagina con nome, domicilio e fotografia. Anche in questo caso il reclamo è della madre. Nel terzo caso, il reclamo è del Consiglio di Stato del Canton Friburgo. Tre ragazze minorenni e 15 giovani – in maggioranza di origine balcanica – sono ogget-

to di un'inchiesta per avere fatto sesso con dei minorenni. L'informazione ai media è stata corretta, ma giornali e periodici della Svizzera francese e tedesca si erano buttati sul caso, intervistando alcune delle vittime e dei presunti violatori. «L'Hébd» ha pubblicato foto e testimonianza di una ragazza, svizzera ma di origini thailandesi, che ammette di essere stata a letto consenziente con cinquanta uomini. Al Consiglio della stampa i media in questione hanno fatto valere il pubblico interesse della vicenda e il rispetto dell'anonimità delle persone intervistate. Giovani troppo immaturi per essere creduti? Ma la ragazza era «incredibilmente matura» per la sua età, sostiene «L'Hébd» (52/2007).

Il Consiglio della stampa ribadisce la regola contenuta nel codice e nelle Direttive, per cui ai minori dev'essere garantita una protezione speciale. La prima telefonata alla quattordicenne non può essere ritenuta un'indebita molestia. La sorveglianza dei genitori dipende dalla loro valutazione della maturità dei figli: è vero però che tra i 12 e i 14 anni di età anche un adolescente è in grado di decidere ragionevolmente da solo se farsi intervistare: lo dimostra il caso della ragazza rifiutatasi di fornire spiegazioni. La seconda chiamata, invece (che del resto anche Radio 24 ammette sia stato un errore), può essere ritenuta una molestia indebita (8/2007).

Una risposta diversa si può dare alla domanda se dei minorenni sono coscienti delle conseguenze di una pubbli-

cazione. È chiaro che sulla gara a chi beve di più i ragazzi hanno scherzato e senza alcun dubbio erano d'accordo che il giornale ne parlasse («per far colpo sui genitori»). Ma il giornale avrebbe dovuto dar prova autonomamente di responsabilità, evitando di dare i nomi e di precisare dove abitavano i ragazzi; oppure avrebbe dovuto sentire anche i genitori (9/2007).

Eccettuato il caso dell'«Hébd», il Consiglio della stampa ha giudicato che nel terzo caso i media avevano garantito il minimo di protezione della minore età e della sfera privata, evitando di dare il nome delle persone e intervenendo adeguatamente sulle immagini (52/2007).

9. Un'inchiesta mascherata

La trasmissione «Kassensturz» della Televisione svizzero tedesca si è occupata in un servizio del sempre più frequente ricorso alla chirurgia estetica. La bella Miss Argovia era stata mandata innanzi, accompagnata da «un'amica» che filmava di nascosto («candid camera»). Sei degli otto medici interpellati avevano successivamente approvato la ripresa; due chiedevano solo di non venire nominati. Ma un altro chirurgo, estraneo all'inchiesta, si è rivolto al Consiglio della stampa argomentando che l'impiego della «candid camera» in uno studio medico viola il diritto dei presenti alla tutela della loro intimità.

Le Direttive del Consiglio della stampa consentono le ricerche mascherate, in

via eccezionale, quando l'argomento è di pubblico interesse e l'informazione non può essere raccolta in un altro modo. È ovvio che uno studio medico non possa essere considerato un luogo pubblico, ma non tutto quel che fanno le persone in luoghi analoghi appartiene necessariamente alla sfera privata. Considerato l'alto numero degli interventi operatori di questo tipo (35 mila all'anno), il Consiglio della stampa ritiene di pubblico interesse la conoscenza dei criteri che regolano gli interventi di chirurgia estetica. Nel caso specifico, la «paziente», Miss Argovia, aveva dato il suo consenso. Le immagini servivano a dare un tocco di credibilità maggiore all'inchiesta. Infine, ai due chirurghi che non hanno voluto essere ripresi l'anonimato è stato garantito (51/2007).

10. Separazione tra parte redazionale e parte pubblicitaria

«Info en danger» un'associazione di giornalisti della Romandia, denuncia al Consiglio della stampa la sempre più frequente commistione di testi redazionali e di pubblicità. La 2. Camera (di lingua francese) ha promosso una serie di contatti con direttori di giornali, direttori editoriali e responsabili di agenzie di marketing per raccogliere informazioni sulla situazione. È risultato che la concorrenza tra i media, la diffusione dei giornali

gratuiti e l'avvento di Internet hanno modificato gli scenari. La «Konferenz der Chefredaktoren» (l'associazione dei direttori di giornale che è membro della Fondazione «Consiglio svizzero della stampa») ha elaborato un «Codice di condotta» che sottolinea con forza l'obbligo

di trasparenza e che è già stato sottoscritto da numerose case editrici e agenzie di pubblicità (il Codice è stato riprodotto nell'Annuario 2007). Ma gli inserzionisti chiedono sempre di più, constata la 2. Camera del Consiglio della stampa: la separazione che il codice deontologico richiede tra parte pubblicitaria e parte redazionale è ignorata; si fanno accordi per la pubblicazione di articoli affiancati da inserzioni; si offrono addirittura articoli già bell'e fatti per lanciare dei film; in occasione di giubilei di aziende si pubblicano «supplementi» redazionali, nelle colonne della cronaca si lanciano «nuovi» prodotti.

Le proposte della 2. Camera hanno indotto il Consiglio della stampa a riscrivere le Direttive alla cifra 10 della «Dichiarazione», con validità a partire dal 1. luglio 2008. Il lettore la trova riprodotta in questo numero dell'Annuario (1/2007)

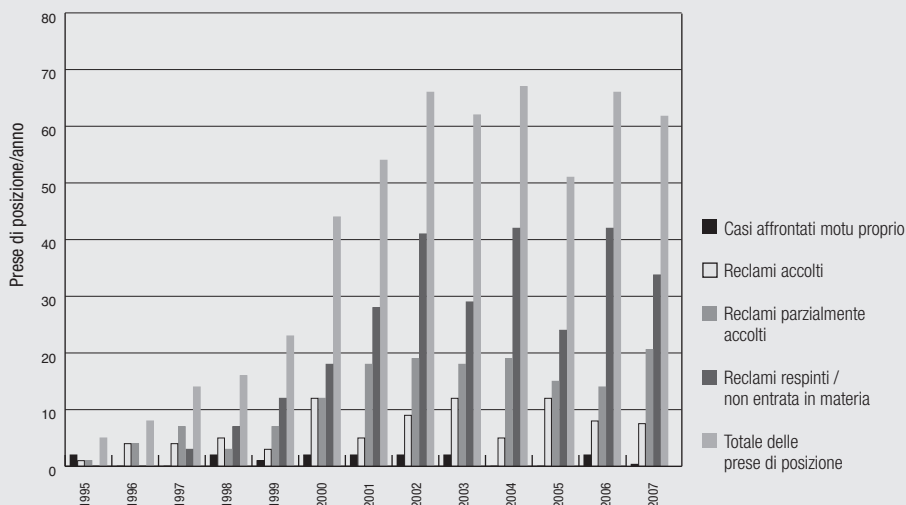
Peter Studer, presidente del Consiglio della stampa (fino alla fine del 2007)

Allegato I: Statistiche del Consiglio della stampa 2007

	Totale	Swizzera tedesca	Swizzera romanda	Swizzera italiana	Giornali	Periodici	Radio SSR	TV SSR	Radio private	TV private	Internet	Agenzie
Reclami pendenti al 1.1.2007	35	30	4	1	24	4	0	3	1	1	2	0
Casi affrontati per iniziativa del Consiglio												
Nuovi reclami entrati	86	54	22	10	64	10	1	9			1	1
Reclami ritirati	20	16	3	1	16		1	3				
Non entrata in materia/Reclami infondati	8	6	2		3	2		2			1	
Reclami accolti	8	2	4	2	7	1						
Reclami parzialmente accolti	21	17	3	1	15	3			1	1	1	
Reclami respinti	26	17	8	1	19	4		3				
Casi affrontati per iniziativa del Consiglio												
Procedimenti affidati alla Presidenza	53	41	10	2	39	5	1	7			1	
Procedimenti affidati alle Camere	30	16	10	4	21	5		1	1	1	1	
Procedimenti decisi dal Plenum												
Totale delle prese di posizione	63	42	17	4	44	10	0	5	1	1	2	0
Totale dei casi risolti	83	57	20	6	60	10	1	8	1	1	2	0
Reclami pendenti al 31.12.07	38	27	6	5	28	4	0	4	0	0	1	1

Allegato II: Sviluppo delle prese di posizione 1995–2007

Prese di posizione 1995–2007



Modifica della «Dichiarazione», delle Direttive e del Regolamento

Aggiunta al Preambolo della «Dichiarazione dei doveri e dei diritti dei giornalisti»

Basandosi sull'accordo intervenuto al termine delle trattative per l'ampliamento della base della Fondazione «Consiglio svizzero della stampa», il Consiglio di fondazione ha approvato la seguente aggiunta al Preambolo della «Dichiarazione dei doveri e dei diritti dei giornalisti»:

«Si considera conforme al dovere di equità il comportamento di un giornale che pubblica almeno un breve riassunto di una presa di posizione del Consiglio della stampa che lo riguarda».

Revisione delle Direttive alla cifra 10 della «Dichiarazione»

Il Plenum del Consiglio svizzero della stampa, nella seduta del 24 agosto 2007, ha riveduto le direttive annesse alla cifra 10 della «Dichiarazione». L'entrata in vigore è fissata al 1. luglio 2008.

Cifra 10 della «Dichiarazione dei doveri»

(Il giornalista) evita ogni forma di pubblicità e non accetta condizioni da parte degli inserzionisti.

Direttiva 10.1

Separazione tra parte redazionale e pubblicità

Una netta separazione tra la parte redazionale o di programma e la pubblicità è imprescindibile per la credibilità dei mass media. Inserzioni e trasmissioni pubblicitarie devono formalmente essere chiaramente distinguibili dalla parte redazionale. Se visivamente o acusticamente non sono nettamente riconoscibili come tali, devono essere esplicitamente designate come «Annuncio», «Publireportage», «Spot», o con eventuali analoghe definizioni conosciute dal pubblico. Al giornalista non è consentito violare questa distinzione prestandosi a inserire pubblicità parassitaria nei servizi redazionali.

Direttiva 10.2

Sponsoring e forme miste di redazione/pubblicità

Se un servizio redazionale è sponsorizzato, il nome dello sponsor deve essere indicato e la libera scelta dei temi e della loro elaborazione da parte della redazione garantita. Non sono ammesse prestazioni redazionali (per es. servizi che «accompagnano» un'inserzione pubblicitaria) come «contropartita» di pagine o spazi di emissione pagati dalla pubblicità.

Direttiva 10.3

Servizi di costume o di consulenza; Presentazione di marche e prodotti

Anche nelle rubriche di costume o di consulenza del consumatore la libertà

redazionale nella scelta dei temi dev'essere garantita. Le norme deontologiche si applicano anche alla presentazione di beni di consumo.

La presentazione acritica o fortemente elogiativa di beni di consumo, la menzione più frequente del necessario di prodotti o servizi e la semplice riproduzione di slogan pubblicitari nella parte redazionale mettono in pericolo la credibilità del media e dei giornalisti.

Direttiva 10.4

Pubbliche relazioni

Il giornalista non redige testi vincolati a interessi (pubblicità o relazioni pubbliche) che possano danneggiare la sua indipendenza. Delicati sono particolarmente i temi di cui si occupa anche editorialmente. Non riferisce in modo difforme dal solito di avvenimenti dei quali il suo editore è sponsor o media partner.

Direttiva 10.5

Boicottaggi

Il giornalista difende la libertà di informazione in caso di effettivo o minacciato pregiudizio da parte di interessi privati, segnatamente in caso di boicottaggio pubblicitario o minaccia di boicottaggio. Minacce o boicottaggi devono, di principio, essere resi pubblici.

Revisione del Regolamento del Consiglio svizzero della stampa

Applicando gli accordi intervenuti con l'ampliamento della base della Fondazione del Consiglio svizzero della stampa, il Consiglio di fondazione ha approvato il 5 giugno 2008 una serie di modifiche delle regole di procedura contenute nel Regolamento del Consiglio della stampa (art. 6 ss). Le modifiche entrano in vigore il 1. luglio 2008. Il testo riveduto è consultabile al sito www.presserat.ch, sotto la rubrica «Regolamenti».

Diritto all'oblio. Il caso dei preti pedofili

di Dominique von Burg,
presidente del Consiglio della stampa,
Carouge



Lunedì 4 febbraio 2008: la Romandia è scossa da un fulmine a ciel sereno. La vigilia, un sacerdote neocastellano si è tolto la vita dichiarando di non poter più sopportare la pressione dei media. Nei primi anni Duemila, il prete era stato denunciato per un atto di pedofilia risalente agli anni Ottanta del Novecento. Considerato il tempo trascorso, la magistratura aveva pronunciato un abbandono del procedimento, il religioso aveva dovuto lasciare la parrocchia in cui svolgeva il suo ministero e in seguito lo stato sacerdotale. Dopo un periodo di disoccupazione e di occupazioni saltuarie di poca impotanza, tuttavia, aveva chiesto di poter essere reintegrato: la domanda era stata accolta. Dapprima era stato destinato a una funzione amministrativa, poi, essendosi creato un posto vacante, era tornato a fare il parroco.

La controversia sulla gestione da parte della Chiesa cattolica dei casi di pedofilia nel clero si era riaccesa in Svizzera romana alla fine del 2007. La rivista francese «Goliath» aveva rivelato che la Diocesi di Losanna, Ginevra, Friburgo e Neuchâtel aveva corrisposto dei risarcimenti a varie vittime di preti pedofili.

All'inizio del 2008 la stampa aveva segnalato il caso di un cappuccino friburghese recidivo a Delémont. Da quel momento, i media si sono scatenati in inchieste e rivelazioni, estendendo l'indagine alla diocesi di Sion. È in un simile contesto che il caso del sacerdote neocastellano è riemerso dall'oblio. Il vescovo si era premurato di assicurare che la persona era «sotto controllo» e che non esisteva rischio di recidiva, ma la stampa era rimata scettica. Sul suo blog, infine, un ingegnere di Neuchâtel aveva scatenato una vera e propria caccia all'uomo, esortando i parrocchiani, e gli altri preti del Cantone, alla delazione: *«Identifiez le pédophile! N'attendez pas qu'il récidive pour parler.»*

Linciaggio mediatico?

Dopo il suicidio del 3 febbraio, la famiglia del defunto, ma anche voci di persone private sono intervenute per denunciare il «linciaggio mediatico». Anche il vescovo Mons. Genoud accusava: «Talvolta, sono le voci [les rumeurs] che uccidono!». Secondo queste critiche, i media avevano creato un'atmosfera da caccia alle streghe, trascurando il fatto che per

il prete suicida valeva il «diritto all'oblio». Le redazioni stesse si sono poste allora molte domande: è l'insistenza mediatica che ha provocato la tragedia? abbiamo fatto bene o abbiamo esagerato? è per ragioni bassamente commerciali che abbiamo dato un innocente in pasto alla pubblica opinione?

Considerato il contesto, il Consiglio della stampa ha deciso di occuparsi «motu proprio» del caso senza attendere un reclamo, conformemente a una pratica collaudata per i casi in cui una questione deontologica suscita un'estesa controversia. Il Consiglio ritiene pure di dover chiarire la nozione di «diritto all'oblio», che in precedenza non era mai stata approfondita.

L'interesse pubblico

Rispondendo alla domanda se i media fossero legittimati a occuparsi del problema dei preti pedofili, il Consiglio della stampa non ha avuto esitazioni: «Il modo in cui un'istituzione come la Chiesa cattolica gestisce, o ha gestito in passato, il caso dei preti pedofili, è di interesse pubblico». Il giudizio vale soprattutto nel caso di un'istituzione che pretende di svolgere «un ruolo morale, sociale ed educativo». Il Consiglio rileva l'effetto positivo che può rappresentare un passaggio attraverso i media: «Numerosi studi sugli abusi sessuali a danno di minori rivelano la difficoltà che le vittime provano a rompere il silenzio, come pure l'importanza di poter parlare liberamente di quel-

lo che hanno subito in un processo di gestione del trauma.»

L'amplificazione mediatica

L'amplificazione mediatica data al problema è un punto problematico e delicato. È vero che in Romandia i giornali hanno dato molto spazio a questi casi. Ma c'erano buone ragioni: il problema delle violenze sessuali sui minori, l'esistenza della pedofilia e soprattutto la sua diffusione sono state una rivelazione recente e il pubblico se ne dimostra giustamente preoccupato. D'altra parte, per troppo tempo la Chiesa cattolica ha minimizzato, quando non ha coperto col silenzio, il problema dei preti pedofili. Persino le più alte istanze vaticane hanno finito per ammetterlo.

Ovvio che anche l'amplificazione dei fatti per opera dei media, fenomeno tutt'altro che isolato, merita riflessione. Le sbandate sono sempre possibili. Il Consiglio della stampa ricorda tuttavia che questo inconveniente è il rovescio della medaglia della libertà della stampa. È anche vero che, per il caso in esame, «una parte non trascurabile degli articoli di stampa ha affrontato soprattutto il problema di fondo, andando oltre il sensazionalismo».

No a un'«etica della desistenza»

Tra le accuse mosse ai mass media dopo il suicidio è emersa l'idea di un'«etica della desistenza» («éthique du renoncement»). Se l'azione dei media fa

temere che possa avere conseguenze gravi, il dovere dei giornalisti è di tacere? Senza esitare, il Consiglio della stampa ricorda che una simile logica avrebbe conseguenze fatali, «perché equivarrebbe a vietare ogni critica a persone di notorietà pubblica». E cita una decisione anteriore dell'organismo di autodisciplina: «L'etica della desistenza si giustifica solo quando i media corrono il rischio di rimestare nel torbido per pura sete di profitto, oppure per soddisfare la curiosità di chi guarda dal buco della serratura».

Il diritto all'oblio non è assoluto

Il diritto all'oblio non è affermato dalla legge o dai codici: è un prodotto della giurisprudenza e significa che le persone perseguite o condannate hanno il diritto, dopo un certo periodo di tempo, di essere «lasciate in pace» dai mass media. Chiamato pure «prescrizione di silenzio», il diritto all'oblio è giustificato dal fine della risocializzazione del condannato, e ancora di più dalla protezione della sua sfera privata. Gli autori sono tuttavia unanimi nel rilevare che il diritto all'oblio non è assoluto, e soprattutto non se ne possono giovare le persone di notorietà pubblica per le quali il caso trascorso e la funzione attualmente rivestita possono dar luogo a un'incompatibilità.

Occorre, secondo Christian Brückner (*Das Personenrecht des ZGB, 2000*), conciliare secondo il principio della proporzionalità «la protezione del pubblico e il danno prevedibile inferto alla persona in causa».

Parlarne era legittimo

La «Dichiarazione dei doveri e dei diritti dei giornalisti» e le Direttive del Consiglio svizzero della stampa prospettano un approccio analogo. Si tratta in sostanza di rispettare «la vita privata delle persone quando l'interesse pubblico non esiga il contrario» (cifra 7 della «Dichiarazione»). Dopo una condanna (o un'assoluzione) «il giornalista deve avere riguardo per i familiari e i parenti, come pure per le possibilità di un suo reinserimento nella società» (Direttiva 7.5 del Consiglio della stampa). Come spesso accade nei casi in cui il rispetto della sfera privata e l'interesse pubblico si trovano in opposizione, a decidere sono la qualità dell'apprezzamento e la proporzionalità del giudizio.

Era evidente che il caso del cappuccino di Delémont dovesse interessare i media. Più delicato è il caso del prete suicida. Questi non aveva a carico nessun procedimento, né aveva ammesso la sua responsabilità. Il Consiglio della stampa ritiene tuttavia «che esisteva un interesse pubblico legittimo a discuterne il caso, perché la sua nuova attività parrocchiale ve lo esponeva». Secondo la formula usata nelle Conclusioni della Presa di posizione del Consiglio della stampa, l'interesse pubblico è dato «quando esiste relazione tra un fatto del passato e l'attività sociale o professionale attuale della persona».

Ma i media hanno rispettato il principio di proporzionalità? Sì, risponde il Consi-

glio della stampa, perché «il sacerdote non sarebbe stato identificabile, se non in una ristretta cerchia familiare e professionale, in quanto gli elementi di identificazione pubblicati si concentravano sul problema in discussione».

I media confrontati agli eccessi di Internet

La «caccia all'uomo» e l'appello alla delazione praticati dal blog di un privato sono evidentemente contrari al codice deontologico dei giornalisti. L'autore, non essendo giornalista, non può essere condannato dal Consiglio della stampa. Bisogna riconoscere che i giornalisti non potevano non diffondere i contenuti di quel sito. Deplorare tale ripresa da parte dei media equivarrebbe nuovamente ad accettare il principio di

un'«etica della desistenza». Il Consiglio della stampa avverte tuttavia che «lo sviluppo tecnologico, che ora permette di diffondere ampiamente un'informazione al di fuori di ogni controllo deontologico, impone ai media una particolare attenzione al rischio di intrusione sproporzionata nella vita privata delle persone». Gli organi d'informazione sono certo legittimati a rivelare l'esistenza di questi blog, «perché è una funzione dei media quella di informare circa l'evoluzione della società». Ma nel pubblicizzare i contenuti si esige un particolare riserbo: «I media non devono per principio dar spazio a una «caccia alle streghe», alimentando una sorta di vendetta popolare, e non devono perciò fare propaganda a siti Internet che non rispettano questa regola.»

Editori e SSR nuovi partner della Fondazione «Consiglio svizzero della stampa»

di Martin Künzi,
Segretario del Consiglio svizzero della stampa



Dal 1. luglio di quest'anno le associazioni degli editori Schweizer Presse, Presse Suisse e Stampa Svizzera, come pure la SRG SSR idée suisses, fanno parte della Fondazione «Consiglio svizzero della stampa». I nuovi partner saranno rappresentati nel Consiglio di fondazione e riconoscono l'attuale Consiglio della stampa (che rimane invariato nella sua composizione) come organismo di autodisciplina della parte redazionale dei mass media. È inerente a questo accordo il riconoscimento del codice deontologico: la «Dichiarazione dei doveri e dei diritti dei giornalisti». Si tratta dunque di un passo significativo nella storia del Consiglio della stampa, che anzitutto dev'essere salutato con favore, in secondo luogo merita di essere più ampiamente descritto.

Da organo sociale a istanza di categoria

All'epoca della sua prima costituzione, nel 1977 – in precedenza, nel 1972, era stato approvato il codice deontologico (la «Dichiarazione dei doveri e dei diritti dei giornalisti») – il Consiglio della stampa era un organo della Federazione svizzera dei giornalisti (oggi: Impressum). I

primi anni furono abbastanza oscuri. Trascorse un buon decennio prima che l'organismo fosse riconosciuto da tutti i giornalisti e dalle redazioni come istanza di autodisciplina. I reclami esaminati si potevano contare sulle dita di una mano. Un cambiamento importante avvenne durante gli anni Novanta, quando il Consiglio della stampa, sotto la presidenza del professor della scienza dei media e attuale presidente dell'Autorità indipendente di ricorso in materia radiotelevisiva Roger Blum, adottò una serie di «prese di posizione» su temi sempre più importanti per l'etica della categoria e pertanto si fece sempre meglio conoscere. L'ingresso delle organizzazioni sindacali comedia e SSM (Sindacato svizzero dei mass media) e della Conferenza dei direttori (Konferenz der Chefredaktoren), con la trasformazione dell'organismo interno a Impressum in una fondazione – la Fondazione «Consiglio svizzero della stampa» – furono, nel 2000, altrettanti nuovi passi avanti verso l'obiettivo: realizzare un'istanza rappresentativa di tutta la categoria.

Questo sviluppo positivo è documentato da due indagini sociologiche («L'imma-

gine del Consiglio svizzero della stampa») eseguite dall'Istituto di etica applicata della Scuola universitaria superiore di Winterthur su incarico della Fondazione. Vi si apprende che sia del Consiglio della stampa sia della «Dichiarazione» è riconosciuta l'importanza e che le decisioni dell'organismo di autodisciplina sono giudicate «competenti» ed «eque».

Un procedimento gratuito, un discorso etico permanente

Il Consiglio della stampa si propone un duplice obiettivo. Anzitutto, la messa a disposizione del pubblico di una via gratuita di reclamo, di chiarimento e di giudizio dei conflitti tra pubblico e media: un'alternativa relativamente più semplice, indipendente e meno costosa di un procedimento giudiziario.

Il secondo obiettivo consiste nell'incoraggiare la riflessione sui temi deontologici, nelle redazioni e nella coscienza dei giornalisti. In contrasto con la valutazione del tutto positiva di cui il Consiglio della stampa gode quando si ragiona in astratto, la ricerca ha messo a nudo una lacuna notevole su questo fronte. I giornalisti interessati considerano infatti come «poco incidente» nella prassi redazionale l'attività del Consiglio della stampa. Si potrebbe dunque dire che il Consiglio non è ancora riuscito a stimolare adeguatamente la riflessione sui temi deontologici.

L'ingresso degli editori e del servizio pubblico radiotelevisivo sarà di grande

aiuto se il Consiglio della stampa non vuole limitarsi a essere un'istanza giudicante ma desidera profilarsi anche in quanto stimolatore del discorso etico. I nuovi partner si impegneranno a tradurre i diritti e i doveri delle redazioni negli statuti redazionali o in documenti analoghi, in modo tale da garantire che il codice etico dei giornalisti riceva una effettiva traduzione in atto. Si impegneranno inoltre perché alle norme deontologiche della «Dichiarazione dei doveri e dei diritti dei giornalisti» sia riservato, anche più di quanto avvenga attualmente, un posto costante nei corsi di formazione e di aggiornamento degli operatori dei media.

L'ampliamento della base del Consiglio della stampa agli editori di giornali e alla SSR

L'adesione degli editori di giornali e della SRG SSR idée suisse al «sistema Consiglio della stampa» era già in discussione al momento della costituzione della Fondazione, ma il principio non trovò, in quel momento, l'adesione maggioritaria delle organizzazioni dei giornalisti. Il tema rimane attuale e controverso. Anche Roger Blum, e soprattutto il suo successore – l'ex responsabile dell'Informazione alla DRS e specialista di diritto dei media Peter Studer – avevano sottolineato l'unicità in Europa dell'opposizione che in Svizzera continuava a manifestarsi, diversamente che negli altri Paesi europei, contro la partecipazione degli editori.

A quegli auspici seguirono molti anni di infruttuose discussioni, finché nella primavera del 2006 il Consiglio di fondazione diede luce verde all'avvio di negoziati. Si poteva temere che sarebbe stato un compito duro: in realtà bastarono due sessioni di trattative per giungere, tra l'inverno e la primavera del 2007, a un accordo soddisfacente con le associazioni degli editori (Schweizer Presse/Presse Suisse/Stampa Svizzera), e successivamente, nell'autunno 2007, all'accordo con la SRG SSR idée suisse. Nella primavera del 2008 i nuovi partner hanno sottoscritto i risultati dell'«Accordo circa l'ampliamento della base della Fondazione del Consiglio svizzero della stampa» e all'inizio di giugno 2008 (dopo un'approfondita discussione all'interno delle associazioni dei giornalisti) anche il Consiglio di fondazione ha potuto dare l'approvazione definitiva.

Consiglio della stampa e «Dichiarazione» riconosciuti

Al centro degli accordi conclusi (il testo è pubblicato al sito www.presserat.ch) si situa il riconoscimento del codice deontologico e dell'indipendenza del Consiglio della stampa. Aderendo alla Fondazione, «Stampa svizzera» e la SSR riconoscono il Consiglio della stampa come organismo di autodisciplina per la parte redazionale dei media e si impegnano a rispettare le norme della «Dichiarazione», anche se tale loro impegno non può essere fatto valere in sede giudiziale.

Una serie di note procollari chiarisce il senso di alcuni termini, storicamente connotati, contenuti nel codice deontologico. Norme controverse o dal senso impreciso ricevono un'interpretazione accettabile, vincolante sia per i vecchi sia per i nuovi partner. Non cambia nulla, inoltre, nella prassi del Consiglio della stampa: nel trattamento dei reclami e nella redazione delle «prese di posizione» è affermata la congruenza – sia formale sia di contenuto – con le decisioni precedenti.

La precedenza che il codice assegna alla responsabilità che i giornalisti si assumono verso il pubblico, prima che nei confronti dei datori di lavoro, non altera l'ordine di competenza stabilito dal diritto del lavoro. Saranno da rispettare le sentenze dei tribunali che derivano da disposizioni legali. Rimane tuttavia riservato il diritto alla resistenza, in caso di conflitto di coscienza documentato, che potrebbe comportare per il giornalista l'accettazione di una condanna. Il Consiglio della stampa non è competente per obbligare legalmente una parte a rispettare un diritto evocato nella «Dichiarazione dei diritti». Le parti riconoscono tuttavia esplicitamente il valore del partenariato sociale, e in particolare il diritto al regolamento non solo individuale dei rapporti di lavoro. Editori e SSR rispettano il diritto di associazione e riconoscono ai giornalisti il diritto al negoziato collettivo. Il Preambolo della «Dichiarazione» è stato integrato con un impegno che le reda-

zioni si assumono, per la prima volta in Svizzera, di pubblicare almeno un breve riassunto delle decisioni del Consiglio della stampa che le riguardano.

Media elettronici e procedure parallele

La SSR riconosce inoltre senza riserve la competenza del Consiglio della stampa (talora, in passato, contestata) a ricevere reclami contro proprie emissioni. Si è voluto tuttavia stabilire una distinzione pragmatica tra la competenza del Consiglio e quella degli ombudsmen e dell'Autorità indipendente di ricorso. La sorveglianza sui programmi prevista dalla legge avrà la priorità. Rimane riservata al Consiglio della stampa la competenza a occuparsi in parallelo di casi che investono importanti principi deontologici. Non farà problema, come finora, la trattazione di reclami sottoposti esclusivamente al Consiglio della stampa.

Le disposizioni di Regolamento che regolano la procedura (art. 6 ss) sono state di conseguenza chiarite e modificate. In particolare è stato rielaborato l'art. 10, che disciplina i casi di non entrata in materia.

La composizione del Consiglio di fondazione e del Consiglio della stampa

Entrando a far parte della Fondazione «Consiglio della stampa», i rappresentanti degli editori e della SSR si vedono attribuire sei nuovi seggi, il totale aumenta quindi da 12 a 18. Agli attuali partner

è garantita, come finora, la maggioranza; ai nuovi spetterà tuttavia il diritto di bloccare una risoluzione che modifichi il Regolamento della Fondazione, la «Dichiarazione dei doveri e dei diritti» oppure il Regolamento del Consiglio della stampa.

Immutata rimane la composizione (21 membri) del Consiglio della stampa. Saranno tuttavia eleggibili, oltre ai 15 giornalisti professionisti e ai sei rappresentanti del pubblico (come finora), anche persone giornalmisticamente impegnate in misura considerevole: per esempio, l'editore di un giornale che svolga contemporaneamente anche l'incarico di direttore. L'indipendenza del Consiglio della stampa nel trattamento dei reclami e nell'elaborazione delle decisioni rimane in ogni caso garantita.

Le finanze della Fondazione: garantite a corto e medio termine

Il contributo annuale che i nuovi e i vecchi partner assegnano alla Fondazione saranno tali da garantire la copertura delle spese di funzionamento a breve e medio termine. I nuovi partner verseranno inoltre «una tantum» un contributo di entrata.

L'ampliamento della base della fondazione fa sperare che donazioni esterne verranno a integrare i mezzi a disposizione. Le associazioni contraenti raccomandano esplicitamente ai loro membri di sostenere, anche singolarmente, le attività della Fondazione.

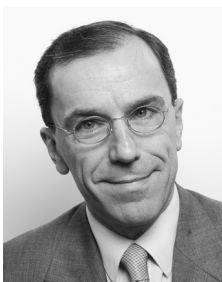
Composizione del Consiglio svizzero della stampa 2008

Presidente:



Dominique von Burg
Carouge, «Tribune de Genève»

Vicepresidenti:



Edy Salmina
Comano, Radio svizzera italiana



Esther Diener-Morscher
Bern, freie Journalistin

Rappresentanti del pubblico



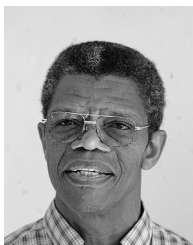
Thomas Bein

Geschäftsleiter Volkshochschule und
Seniorenuniversität beider Basel



Dr. LL. M. Philip Kübler

Rechtsanwalt, Zürich



Dr. Charles Ridoré

Secrétaire romand de l'Action
de Carème, Villars-sur-Glâne



Dr. iur. Peter Liatowitsch

Rechtsanwalt, Notar und Mediator
Basel



Anne Seydoux

Licence en droit, Delémont
Conseillère aux Etats



Francesca Snider

Avvocato e notaio, Locarno

Giornalisti:



Nadia Braendle
Genève, Journaliste



Michel Bühler
Orbe, Journaliste libre



Andrea Fiedler
Burgdorf, «SonntagsZeitung»



Pascal Fleury
Ependes, «La Liberté»



Luisa Ghiringhelli
Lugano, giornalista libera



Claudia Landolt Starck
Suhr, freie Journalistin

Giornalisti:



Pia Horlacher

Zürich, «NZZ am Sonntag»



Foto: Sabine Wunderlin

Klaus Lange

Zürich, Textdirector «SonntagsBlick»



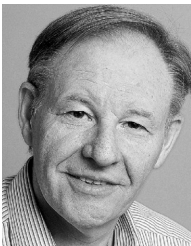
Sonja Schmidmeister, lic. phil.

Rüschlikon,
Zürcher Korrespondentin Radio DRS



Dr. Daniel Suter

Zürich, «Tages-Anzeiger»



Max Trossmann

Adliswil, Historiker und Publizist



Michel Zendali

Lausanne, Télévision Suisse Romande

Segretariato:



Dr. Martin Künzi

Interlaken, Fürsprecher

In vendita presso:

Schweizer Presserat

Sekretariat

Conseil suisse de la presse

Secrétariat

Consiglio svizzero della stampa

Segretariato

Bahnhofstrasse 5, Postfach/Case 201, 3800 Interlaken

Telefon/Téléphone/Telefono: 033 823 12 62

Telefax/Téléfax/Telefax: 033 823 11 18

Website: www.presserat.ch; E-Mail: info@presserat.ch

Korrektorat: Max Trossmann

Layout: Domino Grafik- und Werbeagentur, Interlaken

Druck: Balmer Druck, Interlaken

