



In occasione della seduta plenaria del 18 maggio 2017 il Consiglio della stampa ha elaborato le conclusioni della giornata di studio indetta nell'autunno 2016 (cfr. il Rapporto annuale 2016). La riflessione, lo ricordiamo, aveva per tema come il Consiglio della stampa potrebbe migliorare sia la propria efficienza sia la propria comunicazione, intervenendo per esempio più rapidamente nella pubblica discussione sui casi interessanti dal punto di vista deontologico.

È stato deciso anzitutto di portare un maggior numero di casi alla discussione camerale, perciò un aumento del numero delle sedute: in linea di principio quattro nell'anno per ciascuna Camera. Purtroppo, tale aumento non si è potuto realizzare durante il 2017 a causa delle difficoltà finanziarie di cui soffre il Consiglio della stampa (cfr. su questo tema la Relazione del Presidente del Consiglio di fondazione). Si è allora deciso di sgravare il Segretariato di una parte del compito di redigere le prese di posizione, affidandone più spesso l'incarico ai membri delle camere: decisione applicata con notevole successo. Una camera è invitata a sperimentare la tenuta di una seduta per videoconferenza.

È stato inoltre possibile definire più chiaramente le forme di intervento del Consiglio della stampa nella pubblica discussione. Ogni membro del Consiglio sarà libero di intervenire a titolo personale sui temi deontologici dibattuti. Solo le prese di posizione «ufficiali», a nome del Consiglio, spettano alla presidenza. Di ogni Camera sarebbe designato un portavoce incaricato di esprimersi, in aggiunta al presidente, a nome del gremio: può essere un portavoce o una portavoce. La nuova prassi è in via di introduzione.

Un servizio di messaggeria (grazie Seraina!) è stato creato per ospitare lo scambio di opinioni tra i membri del Consiglio. Per ora il funzionamento non è ancora ideale: sul medio termine potrebbe diventare uno strumento utile al Consiglio per esprimersi su casi d'attualità deontologicamente sensibili. Due membri del Consiglio hanno pure elaborato un modello che dovrebbe consentire una presenza più attiva sulle reti sociali: uno strumento per ora «congelato» per la solita mancanza di mezzi.

## **I. Numero dei reclami, decisioni**

Nel 2016 il numero dei reclami in entrata era stato particolarmente basso: al contrario, nel 2017 si è assistito a una specie di esplosione: 127, una cifra mai raggiunta in passato. Occorre tuttavia subito relativizzare il termine di «esplosione», in quanto più di un reclamo è risultato diretto contro un solo articolo e un autore ne ha presentato addirittura dieci contro articoli di diversi media, sia pure attinenti alla stessa fattispecie. 127 reclami inoltrati dimostrano quantomeno che l'esistenza del Consiglio della stampa continua a soddisfare un'esigenza del pubblico.

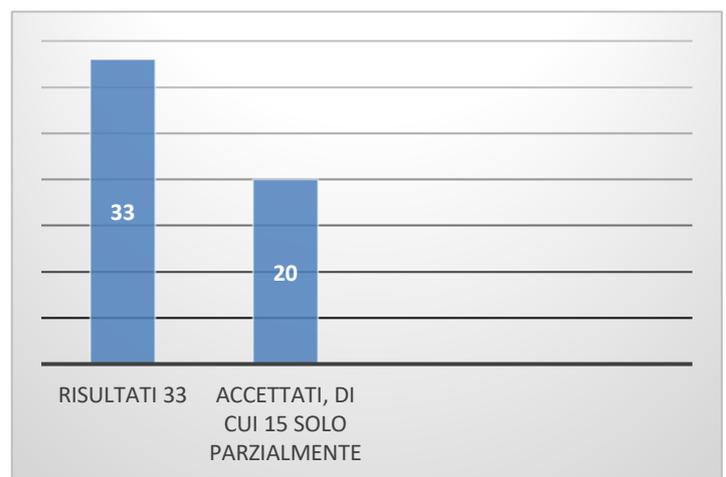
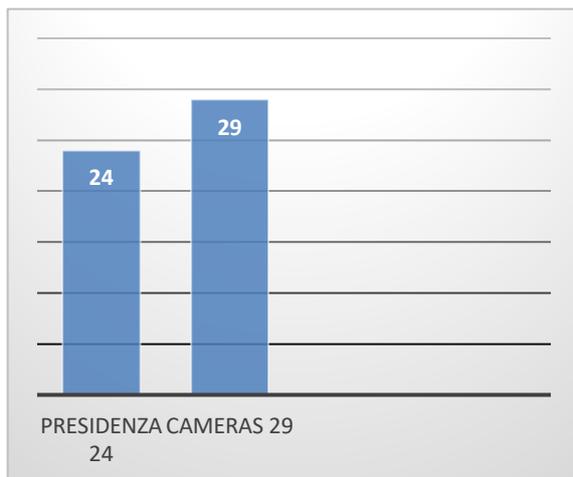
Nel corso del 2017 le prese di posizione pubblicate sono state 53: un numero in apparenza modesto, tuttavia un'unica presa di posizione rispondeva ai dieci reclami cui abbiamo fatto menzione. 13 decisioni di non entrata in materia sono state inoltre rimandate ai reclamanti senza farne oggetto di una presa di posizione, ciò in applicazione del riveduto articolo 11, al. 3, del Regolamento del Consiglio.

Dei 127 reclami entrati, 7 non hanno avuto seguito (in quanto tenuti in sospeso, ritirati o non confermati). Per la prima volta da vari anni, la maggior parte delle prese di posizione

(30) emana da una Camera. Altre 24 sono state decise dalla presidenza e una sola ha fatto oggetto di discussione nel Plenum. Ricordo che alle camere non vengono trasmessi reclami che non toccano fattispecie nuove rispetto a precedenti prese di posizione. Competenza della sola presidenza sono pure le decisioni di non entrata in materia, generalmente per manifesta infondatezza o perché una procedura parallela è stata avviata davanti alla magistratura ordinaria o all'Autorità indipendente di ricorso in materia radiotelevisiva; in un caso per mancato rispetto dei termini per l'inoltro. Pure in un caso il Consiglio della stampa si è detto incompetente: vi ritorneremo più avanti.

Dei reclami trattati, 33 sono risultati respinti e 20 accettati (di cui 15 solo parzialmente).

prese di posizione 53



## II. Motivi di reclamo e di violazione

### 1. Motivi di reclamo

Come negli anni scorsi, tre sono le Cifre<sup>1</sup> della «Dichiarazione dei doveri e dei diritti del giornalista» più correntemente citate nei reclami.

- Anzitutto la Cifra 7 (rispetto della vita privata delle persone: 55 volte). Più in dettaglio, nell'ordine: il nome in cronaca (18), il rispetto della sfera privata (13), gli addebiti anonimi e non necessari (10), la presunzione d'innocenza (9), il diritto all'oblio (2), in seguito: la sessualità, la protezione dei minori, il rispetto della sensibilità del pubblico (un caso ciascuno).

- Seguono a pari merito la Cifra 1 (ricerca della verità) e la Cifra 3, con 49 citazioni. In dettaglio: omissione di elementi d'informazione (14), dovere di ascolto in caso di accuse gravi (13), trattamento delle fonti (13), deformazione di un'informazione (7), immagini (1), montaggi (1).

Altre Cifre toccate dai reclami, nell'ordine:

- La Cifra 5: 29 volte. In particolare: l'obbligo di rettifica (22), le lettere dei lettori (7).

- La Cifra 8: 25 volte. In particolare: la discriminazione (12); il rispetto della dignità umana (8); la protezione delle vittime (3); le foto di incidenti (1) la violazione della pace dei defunti (1).

- La Cifra 2: 24 volte. In particolare: la separazione tra notizia e commento (15); la pluralità delle opinioni (6); la dignità della professione (3).

- La Cifra 4: 10 volte. In particolare: metodi d'inchiesta sleali (7); colloqui a fini d'inchiesta (2); interviste (1).

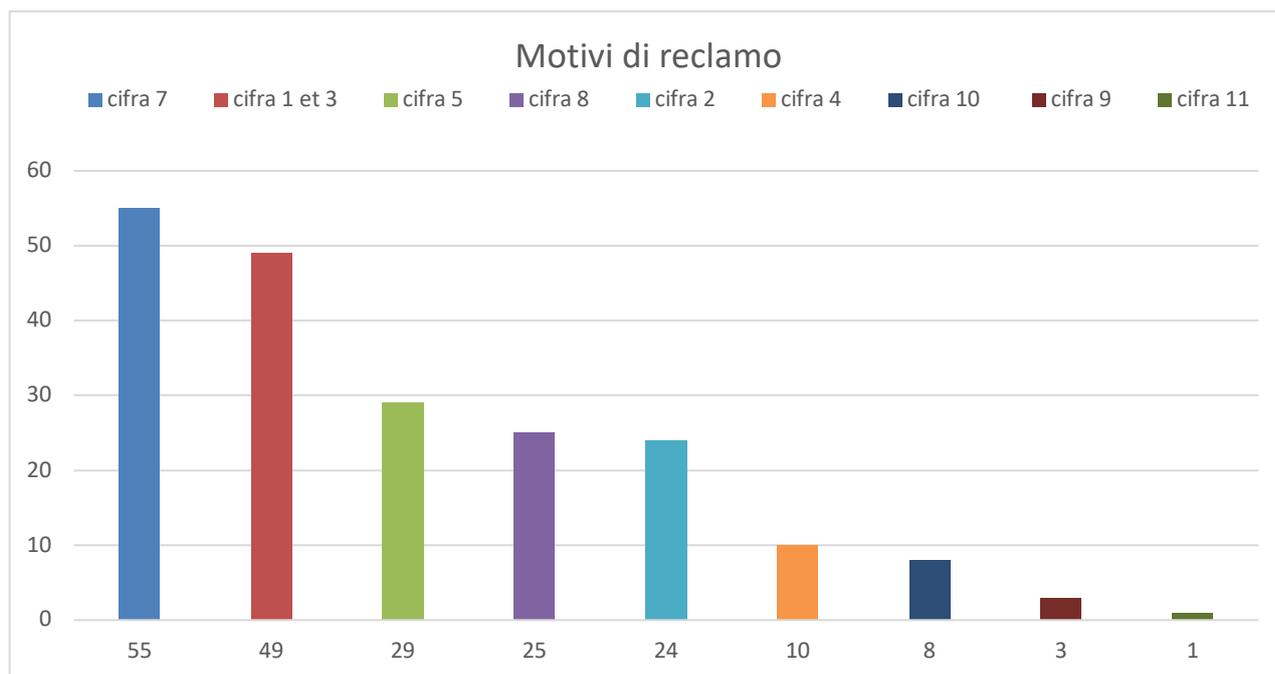
- La Cifra 10: 8 volte. In particolare: confusione di ruoli tra giornalista e pubblicitario (5); separazione tra testo redazionale e pubblicità (3).

- La Cifra 9: vantaggi offerti in cambio di notizie: 3 volte.

---

<sup>1</sup> Note del Traduttore – (1) Nella versione italiana della «Dichiarazione dei doveri e dei diritti del giornalista» si precisa che «l'uso del singolare maschile nella dichiarazione risponde a un criterio di praticità e non implica alcuna discriminazione. Le norme riferite al 'giornalista' si applicano ai giornalisti e alle giornaliste, senza eccezioni». (2) «Cifra» è la traduzione del termine «Ziffer» in tedesco e «Chiffre» in francese. È qui usata per evitare il termine «articolo» che è proprio dei testi legislativi, oppure «paragrafo» che è termine burocratico (E.M.)

- La Cifra 11: diritto di accettare direttive giornalistiche solo dai responsabili della redazione: una volta.



Benché si debba essere prudenti nel trarre conclusioni da una statistica, va pur notato che le Cifre 9, 10 e 11 della «Dichiarazione» sono le più citate. Si potrebbe dedurne che è a rischio l'indipendenza dei giornalisti rispetto ai pubblicitari: o almeno che una parte del pubblico ha questa impressione.

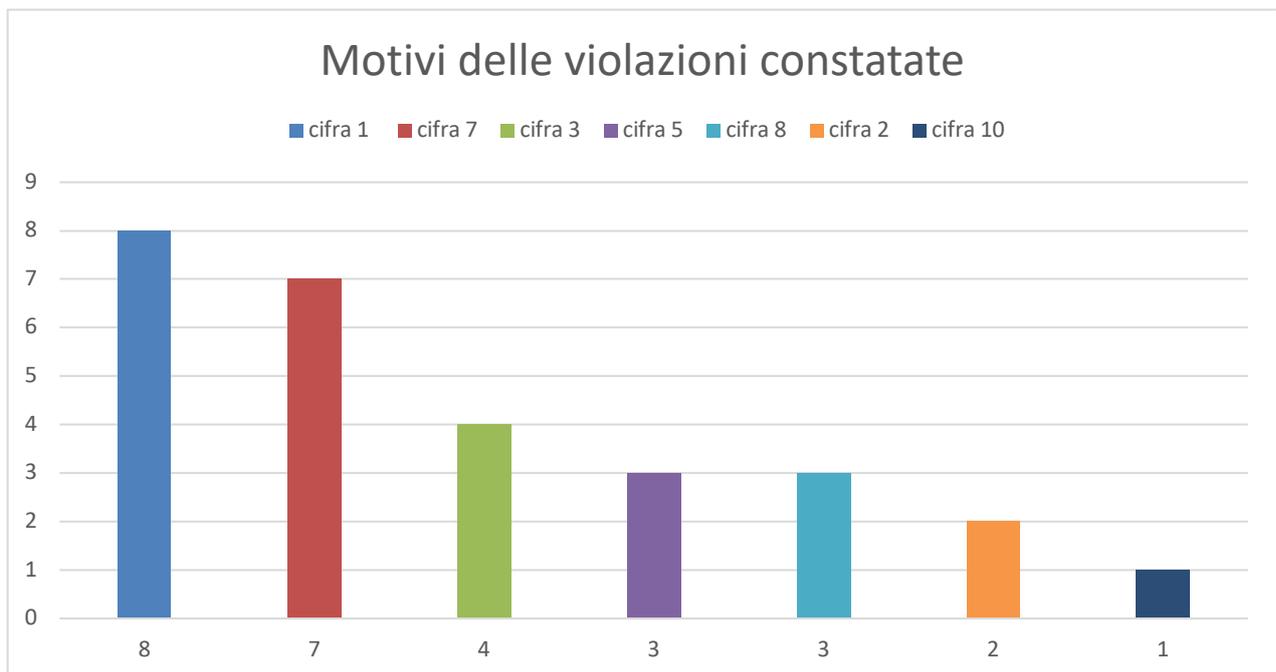
## 2. Motivi delle violazioni constatate

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

- 8 violazioni della Cifra 1 (rispetto della verità).

- 7 violazioni della Cifra 7 (2 volte per mancato rispetto della sfera privata, 2 per identificazioni abusive, 1 per mancato rispetto della presunzione di innocenza, 1 per mancata protezione dei minori, 1 per mancanza di discrezione in rapporto alla sfera sessuale).

- 4 violazioni della Cifra 3 (2 volte per mancato rapporto leale con le fonti, 1 per soppressione di elementi dell'informazione, 1 per deformazione di un'informazione).
- 3 violazioni della Cifra 5, tutte concernenti la posta dei lettori.
- 3 violazioni della Cifra 8 (2 per mancato rispetto della dignità delle persone, 1 il divieto di discriminazione).
- 2 violazioni della Cifra 2 (1 per mancata separazione tra fatto e commento, 1 circa la libertà dell'informazione)
- 1 violazione della Cifra 10 (mancata separazione tra parte redazionale e pubblicità)
- 1 violazione dello spirito della « Dichiarazione »



### III. Alcune prese di posizione significative

#### Il «native advertising» non è giornalismo

Il sito in linea *watson.ch* presenta un quiz elaborato dalla redazione per far scoprire al lettore quale sia «lo sport praticato all'aperto che ti conviene di più». L'elenco delle domande si conclude con l'annuncio pubblicitario di una cassa malati riferito all'esito del quiz, graficamente connotato diversamente rispetto a quanto precede. La diversità del carattere grafico usato consente al Consiglio della stampa di negare la violazione della Cifra 10 della «Dichiarazione». Una nuova Direttiva (10.1) approvata dal Consiglio della stampa (*vedi più avanti*) prescrive che un testo di «native advertising» deve chiaramente distinguersi dal contenuto redazionale. (15/2017)

#### Un problema di competenza

I siti *online* si moltiplicano, sul *web* e nei *social networks*. La domanda è: devono tutti rispettare la deontologia giornalistica? Il Consiglio della stampa si è dichiarato incompetente nel caso di un reclamo contro il sito vallesano «L'1dex», negando l'entrata in materia. Benché in apparenza la pubblicazione sia di tipo giornalistico, mai «L'1dex» ha preteso di essere tale. A questi nuovi tipi di pubblicazione il Consiglio ha deciso di prestare attenzione in futuro, per stabilire in che misura il proprio regolamento ne debba tenere conto. (48/2017)

#### Anche le cronache non firmate sottostanno alle regole

Una cronaca pubblicata senza firma per garantire maggiore libertà al suo autore: è la pratica seguita dal quotidiano «Le Temps». Tutto in regola, dal punto di vista deontologico? Sì, risponde il Consiglio della stampa: ma a due condizioni. Se non si pubblica il nome dell'autore, qualche indicazione dev'essere data per consentire al lettore di situare il punto di vista da cui emana. Se, poi, l'autore/trice non è un/una giornalista, la redazione non può esimersi dal verificare che il contenuto non sia in netto contrasto con la «Dichiarazione dei doveri e dei diritti». (46/2018)

#### Chi c'era dietro la lettera senza firma?

Nel pieno della polemica sui licenziamenti decisi dalla Radiotelevisione della Svizzera italiana (RSI), il portale web *ticinonews.ch* ospita un articolo mandato alla redazione da «un gruppo di impiegati» dell'azienda. Secondo il Consiglio della stampa, se accetta di pubblicare un intervento non firmato, la redazione deve dimostrare di averne verificato la provenienza, di sapere chi ne sono gli autori, e offrire qualche indicazione su di loro

perché il pubblico sia in grado di farsene una ragione. In mancanza di ciò, mancano al fruitore elementi per valutare l'autenticità e il significato dell'intervento. (3/2017)

### **Variazioni sulle lettere al giornale**

Tre volte il Consiglio della stampa ha avuto l'occasione di pronunciarsi – con altrettante prese di posizione – sulla posta dei lettori (...come un tempo veniva definita). Respinto un reclamo contro la «NZZ am Sonntag» per la pubblicazione di uno scritto al limite discriminatorio (si parlava genericamente di ebrei). La «Dichiarazione dei doveri e dei diritti del giornalista» prevede però che la redazione possa intervenire sul testo di una lettera solo in casi di evidenti violazioni della deontologia, e ciò al fine di garantire la libertà di espressione di chi scrive ai giornali. Evidenti violazioni che nel caso specifico non sono state ravvisate. (16/2017)

Accolto invece un reclamo contro «Rigi Post», per avere pubblicato durante una campagna elettorale due lettere contenenti gravi addebiti nei confronti di un candidato. Il giornale non ha fatto alcuna verifica, né alla persona criticata è stata offerta l'occasione di difendersi. Mancanze così evidenti del codice deontologico giustificano l'accoglimento del reclamo. (26/2017)

Invece di pubblicare la lettera di un lettore, la «Thurgauer Zeitung» ne ha ricavato un articolo che riprende particolari importanti e menziona il nome dell'autore. Anche se le citazioni erano corrette, l'autore avrebbe dovuto essere informato dell'uso che il giornale intendeva fare del suo scritto. (22/2017)

### **I discorsi d'osteria non sono fonti credibili**

Il giornale «Fridolin» scrive che i richiedenti asilo rubano la merce «riempiendosi le sporte» presso i supermercati e i piccoli negozi. Come fonte della notizia si citano i frequentatori abituali di un'osteria e discorsi di strada: nessuna fonte ufficiale è citata a sostegno dell'informazione. Il Consiglio della stampa ritiene che il giornale non abbia rispettato il dovere di ricerca della verità: chiacchiere di questo tipo sono evidentemente discriminatorie. (21/2017)

### **La protezione della sfera privata vale anche per le persone dissennate**

In un servizio su una clinica in Thailandia che ospita persone affette da demenza senile, in cui soggiornano anche anziani svizzeri, il «Blick» pubblica foto, cita nomi e località d'origine dei ricoverati. Il Consiglio della stampa è del parere che il permesso generico rilasciato dal direttore della clinica non basta a legittimare l'intrusione nella sfera privata delle persone ospitate. L'autore del servizio avrebbe dovuto ottenere da tutti e

singolarmente i pazienti un'autorizzazione esplicita. Oppure, poiché si trattava di persone incapaci di discernimento, da un loro rappresentante legale. (38/2017)

### **La foto del cranio viola la dignità del defunto**

Un gruppo di scolari ha fatto una scoperta nel bosco: i resti di un pensionato scomparso da tre anni. Il «Blick» e «Blick am Abend» ne danno notizia pubblicando in primo piano la foto del cranio ritrovato. La notizia è data in varie edizioni del giornale. Il Consiglio della stampa ha dato ragione alla famiglia, che aveva denunciato la mancanza di rispetto per la dignità del defunto. La foto non era per nulla necessaria alla comprensione della notizia ma solo espressione di sensazionalismo. (6/2017)

### **Essere citati nel registro di commercio non giustifica l'identificazione**

La «Handelszeitung» si occupa delle inchieste relative a un sospetto di truffa a carico di una ditta start-up di farmaci successivamente fallita. Sono citati sia l'impresa sia gli azionisti, accusati di avere distratto il denaro degli investitori. Uno di essi ha presentato reclamo al Consiglio della stampa. Il giornale si giustifica dicendo che il nome è stato riportato dal registro di commercio. Confermando una presa di posizione precedente (16/2009), il Consiglio afferma che l'iscrizione a registro di commercio soddisfa puramente un obbligo legale e non può essere intesa come consenso alla pubblicazione indiscriminata del nome. Se si volevano mettere in guardia i potenziali investitori dal rischio di incappare in una truffa bastava la menzione della ragione sociale dell'impresa. (36/2017)

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

## **IV. Modifica delle Direttive 10.1 e 10.2**

Nel corso dell'assemblea plenaria del 18 maggio 2017, per tener conto del confine sempre più incerto tra contributi redazionali e pubblicitari, il Consiglio della stampa ha proceduto alla modifica delle Cifre 10.1 e 10.2 delle «Direttive relative alla Dichiarazione dei doveri e dei dritti del giornalista». I contenuti sponsorizzati (native advertising) devono essere chiaramente riconosciuti come pubblicitari. In caso di prestazioni redazionali patrocinate o sponsorizzate la libertà della redazione dev'essere garantita. Ecco il testo delle due direttive rivedute:

### **Direttiva 10.1 – Separazione tra parte redazionale e pubblicità**

Una netta separazione tra la parte redazionale, rispettivamente il programma e la pubblicità, ivi inclusi i contenuti pagati o messi a disposizione da terzi, è necessaria per la credibilità dei mass media. Inserzioni, emissioni pubblicitarie e i contenuti pagati o messi a disposizione da terzi, devono formalmente essere chiaramente distinguibili dalla parte redazionale. Se visivamente o acusticamente non sono nettamente riconoscibili come tali, devono essere esplicitamente designati come pubblicità. Al giornalista non è consentito violare questa distinzione prestandosi a inserire pubblicità parassitaria nei servizi redazionali.

### **Direttiva 10.2 – Sponsoring, viaggi stampa, 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. In caso di viaggi stampa deve essere indicato chi se ne assume le spese. Anche in questo caso la libertà redazionale deve essere garantita.

Non sono ammesse prestazioni redazionali (per es. servizi che «accompagnano» un'inserzione pubblicitaria) come «contropartita» di inserzioni o emissioni pubblicitarie.

## **V. Modifiche del Regolamento**

Si è deciso pure di modificare due punti del Regolamento del Consiglio della stampa, per tener conto delle spese inerenti e consentire un trattamento più rapido dei reclami.

Da subito, i reclami presentati da istituzioni oppure redatti da studi legali sono soggetti a una tassa di fr. 1000.00. I reclami presentati da cittadini rimangono invece gratuiti. Inoltre, il Consiglio della stampa si riterrà libero di trattare solo i punti essenziali di un reclamo.

## **VI. Comunicazione**

Dobbiamo all'impegno del nostro Segretariato di direzione e al sostegno finanziario di NZZ, Ringier e della SSR il totale rinnovo e aggiornamento del sito Internet del Consiglio della stampa. Sono convinto che contribuirà a un migliore contatto con il pubblico.

Con piacere abbiamo notato che tutti i media toccati da un reclamo hanno informato il loro pubblico, anche quelli che hanno avuto torto.

Membri del Consiglio della stampa hanno fatto visita a nove redazioni nel corso dell'anno. Dieci persone hanno fatto uso della possibilità di assistere alla discussione di un reclamo da parte di una Camera. Anche in avvenire questa possibilità rimane aperta: indicazioni utili si trovano al sito [www.presserat.ch](http://www.presserat.ch).

## VII. L'incontro di Budapest dell'AIPCE

L'abituale incontro dell'Alleanza dei Consigli della stampa d'Europa (AIPCE) si è svolto in ottobre a Budapest. Vi ho partecipato di persona, insieme con la nostra Direttrice. I molti incontri avuti ci hanno consentito di misurare a che punto l'esercizio di un giornalismo indipendente è divenuto precario nel Paese che ci ospitava. E tuttavia ci ha colpito la determinazione e il coraggio dei colleghi ungheresi con i quali ci siamo intrattenuti.

Durante l'incontro è stato affrontato in particolare il problema della protezione della sfera privata delle vittime nei resoconti su atti di terrorismo. Le «fake news», le tendenze all'asservimento dei media nell'Europa dell'Est e la situazione del giornalismo in Turchia sono stati pure materia di discussione. Il Consiglio della stampa turco (ente del tutto indipendente rispetto al potere politico) è stato ammesso come nuovo associato.

La rappresentante dell'UNESCO ha presentato i risultati di uno studio sui modi di finanziamento dei Consigli della stampa in Europa. Il direttore di «media-partnership» di Facebook è pure stato invitato a parlare. L'incontro del 2018 avrà luogo a Helsinki.



Al Consiglio di fondazione, secondo l'art. 21 del Regolamento

Dominique von Burg, président, 62 rte de Drize, 1227 Carouge, [dominique@von-burg.com](mailto:dominique@von-burg.com)