

Annuario 2019

Annuario 2019
del Consiglio svizzero della stampa

Jahrheft 2019
des Schweizer Presserates

Revue annuelle 2019
du Conseil suisse de la presse

Indice

Editoriale - Dominique von Burg	5
Procedure più celeri, maggiore presenza, finanze solide - Markus Spillmann	7
Relazione annuale 2018 del Consiglio svizzero della stampa	11
Statistica del Consiglio della stampa 2018	16
Statistica 2008-2018	18
Giornalisti fino in fondo - Dominique von Burg	20
Composizione del Consiglio della stampa 2019	24

Riconoscere gli errori è credibilità

di Dominique von Burg
Presidente del Consiglio svizzero della stampa



Dominique von Burg

«Il diritto all'informazione, alla libera espressione delle opinioni e della critica è un diritto umano fondamentale. I doveri e i diritti del giornalista sono fondati sul diritto del pubblico a conoscere fatti e opinioni.» Nel preambolo della «Dichiarazione dei doveri e dei diritti del giornalista» la professione dell'informatore è posta immediatamente in rapporto con i diritti del pubblico. È un contratto implicito quello che li lega: in cui è inteso che giornalisti informano il pubblico – che da solo non ne avrebbe il tempo né la possibilità – circa le cose che capitano, su come la società funziona, comprese quelle

cose che questo o quello vorrebbe poter nascondere.

Il rapporto di fiducia con il pubblico è dunque condizione indispensabile perché i giornalisti possano svolgere la loro funzione sociale. Ora, è noto che una quota crescente dell'opinione pubblica ha sempre meno fiducia nei media. Fenomeno dovuto senza dubbio al diffondersi di tesi «cospirazionistiche», che diffidano di qualunque discorso dall'alto, venga da autorità politiche, scientifiche... o, appunto, da giornalisti. Ma talvolta è l'atteggiamento stesso dei giornalisti a minare il rapporto di fiducia auspicato. La resistenza ad ammettere i propri errori da parte di chi è alla ricerca, precisamente, della verità, oscura la credibilità dei comunicatori. Si credono forse infallibili? E non ha ragione, il pubblico, di essere diffidente rispetto a questa pretesa?

Che i giornalisti, come tutti, possano commettere degli errori lo capisce chiunque. Tutti sanno che quasi sempre si tratta di generalisti, posti dall'attualità a contatto con tematiche sempre diverse. Per cui è del tutto normale che si possano sbagliare. Quel che non è normale è che non lo ammettano. Alcuni media l'hanno capito e praticano la correzione immediata e visibile di ogni errore commesso. C'è addirittura che ne prendano spunto per attivare un dialogo con il pubblico. È un esempio che altri media – purtroppo ancora la maggioranza – continuano a non seguire, ficcando magari i loro «mea culpa»

in posizioni marginali, sotto titoli anodini, oppure puramente e semplicemente negando ogni ritorno sul caso.

La correzione diviene ancora più cruciale se si tratta di articoli in rete, che hanno tendenza a rimanerci per sempre e che perciò dovrebbero essere subito corretti se contengono errori. Il Consiglio della stampa l'ha precisato più volte: non basta la rettifica: meglio rilanciare il testo con la correzione, in modo che l'utente sia reso attento dell'errore capitato (*cf. in particolare la Presa di posizione 29/2011*).

D'accordo: è prima di tutto per la qualità delle loro inchieste e per l'indipendenza che dimostrano nel tener testa ai vari poteri che i giornalisti manterranno, o ritroveranno, la fiducia del pubblico. Ma sarà anche riconoscendo di essersi sbagliati che vi contribuiranno: perché il rapporto con il pubblico è costruito sulla fiducia e la fiducia è un bene fragile, e non sopporta l'inganno.

Procedure più celeri, maggiore presenza, finanze solide

di Markus Spillmann
Presidente del Consiglio di fondazione
«Consiglio svizzero della stampa»



Markus Spillmann

Riforme in prospettiva per il Consiglio di fondazione

Per la prima volta da molti anni, la Fondazione del Consiglio svizzero della stampa ha chiuso i conti annuali, quelli del 2018, in attivo. Il risultato si deve a una riduzione delle spese, a una stretta disciplina dei costi e a qualche contributo esterno fuori programma. Il problema di fondo, tuttavia, sussiste essendo il disavanzo della Fondazione di tipo strutturale. Ne dipende la discussione in corso, su come dare al Consiglio della stampa una struttura che si riveli durevole nel tempo.

È noto l'apologo con cui Oscar Wilde prendeva in giro il giornalismo, applicando ad esso il principio darwiniano della sopravvivenza del peggio. Un'ironia amara, come spesso la critica di Wilde, ma non troppo lontana dal nucleo della verità, per due aspetti almeno: la cattiva fama di cui continua a soffrire il giornalismo e l'innocenza molto relativa di chi lo fa di mestiere. Comunque sia, mai nella sua esistenza il giornalismo si è trovato ad affrontare mutazioni economiche, tecnologiche e sociali che ne mettono in dubbio, come attualmente, la ragione d'essere e la rilevanza sociale.

Frattura tra pretesa e realtà

Ha ragione anche chi, giornalista, redazione o imprese editrici, reagisce evocando elementi di realtà di cui pure la professione pretende il rispetto: come la qualità del prodotto, anche se di splendore e di gloria non è il caso di parlare, oppure il giornalismo critico, o che promuove cultura: poco simpatico magari, ma tanto importante. È innegabile che esistano imprese editrici che non hanno a cuore soltanto la propria immagine ma tutelano e promuovono un

giornalismo indipendente e rispettoso dei principi, dando lavoro a giornaliste e giornalisti dovutamente formati.

Anche in questa professione, tra pretese e realtà si nota spesso un divario. La ricerca della qualità suppone precisamente che tale divario si riduca. Il campo è quello delle responsabilità da assumere, dal profilo professionale e da quello etico. In Svizzera, il problema della responsabilità si pone essenzialmente a due livelli: nell'interno delle aziende sotto forma di statuti di redazione, al livello della professione in quanto disciplina collettiva gestita dal Consiglio svizzero della stampa mediante la «Dichiarazione dei doveri e dei diritti del giornalista»: codice di cui il pubblico può reclamare il rispetto presentando un reclamo. La deontologia è l'insieme di regole che i giornalisti si impegnano a rispettare di fronte al pubblico e dei codici di disciplina interna che impegnano persone e imprese.

Le lacune dell'autodisciplina

In un saggio prodotto da due ricercatrici del Dipartimento di Scienze della Comunicazione dell'Università di Friburgo – Silke Fürst e Philomen Schönhagen – pubblicato nella serie «Studies in Communication and Media», dell'autoregolazione deontologica vigente nel giornalismo svizzero si segnalano soprattutto le lacune. Le due autrici non la ritengono adeguata (o perlomeno: non più adeguata) se messa a confronto con il predominio delle leggi economiche, le concentrazioni che ne sono derivate, ma anche, se la si considera da un punto di vista non solo nazionale, rispetto alle attese del pubblico. Sullo sfondo delineato da puntuali rilevazioni statistiche, ove si constata un peggioramento complessivo delle condizioni di lavoro nel giornalismo svizzero, le due autrici criticano il peso eccessivo dato ai comportamenti individuali nella comprensione dei diritti e dei doveri, come pure la genericità o addirittura l'assenza di una qualunque indicazione circa l'atteggiamento da tenere quando in gioco sono gli interessi della propria azienda, oppure la rilevanza morale e politica dei comportamenti delle imprese mediatiche.

Pur senza lontanamente aderire a tutto il contenuto di questo studio, ritengo interessanti e meritevoli di riflessione alcuni punti su cui esso getta luce. Sono anch'io del parere che la codificazione e l'applicazione di norme etiche nei media, in tempi di fake news e di un generico discredito addossato al giornalismo in generale anche nelle democrazie più consolidate, esige un rafforzamento quantitativo e, visti i drammatici mutamenti nell'economia dei media, qualitativo. Fondamentale rimane la volontà di tutti gli attori interessati di voler operare insieme al miglioramento della qualità e della reputazione del giornalismo: volontà che in generale sembra difficile da cogliere.

Il Consiglio della stampa non può essere un organismo apprezzato soltanto in quanto esiste. Non basta dire: c'è il Consiglio della stampa, e poi, quando i nodi nelle redazioni vengono al pettine, non prenderlo neppure in

considerazione. Chi è oggetto di una deplorazione del Consiglio della stampa dovrebbe sapere di portare come una macchia in fronte. E chi non è mai stato deplorato deve farsene un vanto, sapere che lavora bene. Ciò tuttavia può sussistere solo se il Consiglio della stampa è rispettato come un'istituzione finanziariamente sana, dall'opinione pubblica non solo conosciuta ma sempre ... tra i piedi, i cui membri (nessuno dei quali stipendiato) offrono il loro tempo di lavoro in termini sopportabili, e a chi presenta un reclamo è garantito un tempestivo corretto esame della fattispecie e un giudizio comprensibile del caso.

Le riforme necessarie

La discussione sui cambiamenti da operare in seno al Consiglio della stampa è cominciata. Essa tiene conto – premessa la debolezza dei mezzi finanziari – dello scenario in rapida evoluzione che si delinea nel mercato: concentrazioni, venir meno di sostegni economici, abitudini del pubblico in drammatico mutamento. L'obiettivo è di delineare entro fine anno un progetto di riforma da approvare e da implementare.

Tra le altre cose, occorre trasformare il Consiglio della stampa in un organismo proattivo: metterlo in grado, cioè, di prendere posizione su problematiche professionali o deontologiche già nel momento in cui si profilano, senza pregiudicare la valutazione di un singolo episodio nella sua fattispecie. Bisognerà vedere se la procedura può essere accorciata senza pregiudicare l'attuale riconosciuta alta qualità del trattamento di ogni singolo caso. Sarà da sostenere la presenza del Consiglio della stampa all'atto della formazione dei giovani giornalisti, perché alla salvaguardia della qualità sia assicurata continuità. E poi... Quale parte dovrà svolgere il Consiglio della stampa nel discriminare quel che è giornalismo e quel che non lo è? Nel distinguere dentro l'indiscriminato affluire di messaggi al consumatore, provengano o no da un organo di stampa? Quale funzione il Consiglio della stampa potrebbe assumere, contro compenso, quando sgravasse le singole imprese dagli oneri che attualmente si addossano in fatto di organi di mediazione e di uffici legali?

Con urgenza, poi, dev'essere risolto il problema del finanziamento a lungo termine. Certamente, si tratta di un organo di autoregolazione di categoria: ma offre pure un servizio pubblico imprescindibile per il Paese nel suo insieme. Continuare a offrire assistenza gratuita a chi reclama quando il reclamo non passa attraverso uno studio legale, è un servizio che il Consiglio offre alla comunità nel suo insieme. Esso promuove, nella pubblica opinione, la conoscenza di determinati standard di qualità del giornalismo, e infine contrasta la decadenza del mercato pubblicitario, che non solo nei regimi democratici ma anche nelle democrazie mature dà segni preoccupanti di sviluppo.

In definitiva, il discorso sulle riforme deve sfociare in provvedimenti concreti che assicurino al Consiglio della stampa maggiore e più efficace irradiazione, garantendogli un ruolo, non controverso e da tutti accettato, di istanza

di verifica per la professione in tutto il Paese. Ancorato com'è a un sostegno inamovibile: il Codice dei doveri e dei diritti che la categoria si è liberamente data.

Un'autodisciplina ragionevole

L'autodisciplina risponde alle esigenze di una moderna e sempre più frammentata area professionale ed è un servizio reso alla qualità del giornalismo. Importante per la categoria, importante per le singole imprese mediatiche, positivo per la disponibilità del pubblico a pagare i media per il servizio che svolgono, importante per la società nel suo insieme e per il confronto democratico. È dunque nell'interesse di tutti: giornalisti, editori, responsabili di azienda, politici e opinione pubblica, se l'etica e la deontologia professionali sono tutelati come fattore di qualità per l'insieme delle imprese mediatiche. Il rafforzamento del Consiglio della stampa, tutore dell'autodisciplina, servizio alla collettività, elemento irrinunciabile del servizio pubblico mediatico, è dunque un'impresa che vale lo sforzo.

Va detto anche questo: nello spirito che informa le pubbliche istituzioni in Svizzera, il Consiglio della stampa non sarà mai da intendere come un tribunale, bensì come istanza di verifica, competente e concreta, a disposizione quando sia in discussione un punto o l'altro della disciplina, e per i reclami relativi. Composto di professionisti, come pure di rappresentanti del pubblico, sostenuto dalla professione e dagli utenti, fondato su un Codice che riassume l'autocomprensione di tutta una categoria.

Con ciò, chiudendo il circolo aperto dalla citazione di Oscar Wilde, si darebbe pure risposta alle proposte che di tanto in tanto emergono dalla pubblica discussione e dai partiti, di una regolazione statale da valere per tutti i media. Una richiesta cui bisogna rispondere sottraendo preventivamente spazio e giustificazione a tale supposto rimedio alle inefficienze del sistema.

Relazione annuale 2018 del Consiglio della stampa

Il 2018 rimarrà l'anno in cui il Consiglio della stampa, dopo lunga riflessione, ha deciso un'estensione del proprio ambito di competenza per tener conto dell'evoluzione dei mass media (*cfr. le prese di posizione di fondo: 1/2019 e 2/2019*).

Ai giornalisti, per raggiungere il pubblico nel suo insieme, non sarà più necessario far parte di una redazione. Potranno infatti essere tenuti responsabili individualmente di quel che hanno scritto, delle parole che hanno pronunciato, delle fotografie che pubblicano. Pur esprimendosi sulle reti sociali, saranno in linea di principio tenuti al rispetto delle regole deontologiche della professione. Varrà il principio della proporzionalità, consistente nel tener conto delle specificità dei social media (spontaneità e libertà d'espressione in senso ampio).

Con il diffondersi dell'informazione in rete, il problema della competenza del Consiglio della stampa si pone dunque in modo nuovo. Decisivo, finora, per l'organismo di deontologia, era il riconoscersi giornalista da parte dell'autore del contenuto postato su un sito. Insufficiente ormai questo dato, varrà da ora in poi il giudizio che ne dà il Consiglio della stampa, per esempio negando carattere giornalistico a contenuti di sola propaganda.

Il Consiglio della stampa si è mosso in questo senso su mandato del Consiglio di fondazione, cui è spettato di convalidare le modifiche del Regolamento indotte da questo ampliamento di competenze. Sarà ovviamente in forza della prassi che il Consiglio della stampa sarà in grado di esplicitare le nozioni definite nelle prese di posizione 1/2019 e 2/2019. Scopo dell'ampliamento dell'ambito di competenza rimane il rafforzamento della credibilità dei giornalisti, offrendo al pubblico uno strumento con cui riconoscere i siti d'informazione autenticamente tali.

I. Numero dei reclami, decisioni, casistica delle violazioni

L'esplosione registrata nel 2017 si è confermata nel 2018: 115 i reclami entrati. Pare dunque accertato un aumento di interesse da parte di pubblico, non essendosi mai superato prima del 2017 il capo delle cento unità.

Le prese di posizione pubblicate nel 2018 sono state 62. 21 di esse, concluse con una non entrata in materia, sono state direttamente notificate ai reclamanti senza fare oggetto di una presa di posizione specifica (art. 11 cpv. 2 del Regolamento). Utile per semplificare il funzionamento del Consiglio, la misura appare comunque ancora insufficiente per ridurre decisamente il carico dei casi in sospeso.

Complessivamente, 19 reclami non hanno avuto seguito (poiché tenuti in sospeso, oppure perché non confermati, oppure uniti ad altri). La Presidenza ne ha trattato 56, le Camere 25. Di queste ultime, due sole sono state sottoposte al giudizio del Plenum. Ricordiamo che la Presidenza non demanda alle camere casi che non costituiscono una novità rispetto a risoluzioni precedenti. Salvo eccezioni, è pure la Presidenza ad accollarsi le decisioni di non entrata in materia.

Dei reclami risolti dal Consiglio, 28 sono risultati respinti e 20 accolti (di cui 14 solo parzialmente).

Circa le 35 decisioni di non entrata in materia (14 delle quali oggetto di una presa di posizione) 27 lo sono state per manifesta infondatezza, tre in quanto in ritardo sui termini, tre per difetto di competenza, un caso in quanto parallelo a un'altra istanza, uno ritenuto di piccola entità poiché oggetto di una correzione tempestiva da parte della redazione.

II. Motivi di reclamo e di violazione

1. Motivi di reclamo

È una casistica che quest'anno abbiamo rinunciato a recensire. La cifra indicata sul reclamo si ripete troppo spesso: molti reclami rimandano senza fondamento a cifre diverse della «Dichiarazione dei doveri e dei diritti del giornalista». Ne risultava una statistica ridondante e poco significativa.

2. Motivi delle violazioni constatate

Quanto al motivo, le violazioni constatate nel 2018 dal Consiglio della stampa si ripartiscono come segue:

- 12 violazioni della cifra 3, più precisamente: dovere di ascolto in caso di addebiti gravi (5), rapporti con le fonti (3), alterazione di un'informazione (2), omissione di elementi importanti (1), grafico scorretto (1)
- 11 violazioni della cifra 1 (ricerca della verità)
- 6 violazioni della cifra 7 (rispetto della vita privata), più precisamente: identificazione (3), presunzione di innocenza (1), sfera privata (1), protezione dei minori (1)

- 5 violazioni della cifra 5 (dovere di rettifica)
- 1 violazione della cifra 8 (discriminazione)
- 1 violazione della cifra 4 (metodi sleali)
- 1 violazione del principio di equità (fairness) iscritto nel preambolo dei doveri

III. Alcune prese di posizione significative

Una foto di bimbi morti che non offende la loro dignità

È di «Blick.ch» la foto di due bambini morti nelle braccia del loro padre dopo un attacco ai gas tossici in Siria. Nel reclamo si ritiene che il documento rappresenti una mancanza di rispetto per la sfera privata dei due piccoli, in quanto li rende riconoscibili. Una minoranza del Consiglio della stampa è stata di questo parere. La maggioranza invece – al termine di una discussione nel Plenum – ritiene la foto un documento di storia contemporanea, che il fotografo ha ritratto con rispetto. Nel caso specifico, sul rispetto dovuto alla sfera privata delle persone, prevale l'interesse pubblico di una pubblicazione che documenta la crudeltà della guerra. È pure risultato che il padre dei bambini era stato d'accordo con la presa d'immagine. (30/2018)

Troppi particolari non essenziali violano la sfera privata di un prevenuto

Nel luglio 2017, «Le Matin Dimanche» pubblica la cronaca di un'aggressione commessa a danno di due trentenni (uno dei quali gravemente ferito) da parte di una banda di sei minorenni in un quartiere di Ginevra. Nell'inchiesta sull'ambiente di quei ragazzi, «Le Matin Dimanche» rivela molti particolari di uno degli aggressori – l'autore del reclamo al Consiglio della stampa – di cui si precisa l'origine, l'età, gli studi che fa, lo sport che pratica, si dice che è di taglia atletica, dove sta di casa, a che famiglia appartiene, chi sono i suoi amici e persino il soprannome con cui è conosciuto. Basandosi sulla propria giurisprudenza, il Consiglio della stampa ribadisce che rivelando troppi particolari di secondaria importanza si corre il rischio di facilitare l'identificazione della persona, come pure di renderla riconoscibile dando troppi particolari del suo ambiente. Anche l'autore presunto di un reato grave ha diritto alla protezione della sua vita privata. (12/2018)

Analogo quesito poneva un reclamo contro il «Blick», a seguito di vari articoli su un regista cinematografico accusato di stupro e di coazione nei confronti di un bambino. Nell'articolo si danno il nome e l'iniziale del cognome dell'uomo, la sua età, la sua origine, il domicilio nonché alcuni fatti relativi alla sua attività di cineasta. C'è anche una foto, sia pure oscurata con un

tratto nero. Tutti particolari – secondo il Consiglio della stampa – che rendono la persona riconoscibile. Riferendo del processo a carico, inoltre, il giornale omette di precisare che la sentenza non è definitiva, violando il principio della presunzione di innocenza. (6/2018)

Anche nei titoli si può mancare al rispetto della verità

Un titolo può contenere una forzatura dei fatti: il Consiglio della stampa questo lo ha sempre ammesso, ma non bisogna sostenere o far sospettare cose non vere, come i casi seguenti dimostrano.

Alludendo a un movimento che difende l'identità europea contro l'afflusso di rifugiati dal Mediterraneo, il «Blick» intitola: «Una nave di nazisti (*Nazi-Schiff*) vuole fermare i profughi». Per il Consiglio della stampa, il termine «nazista» usato nel caso rappresenta un'addebito grave e inammissibile. «Nazista» è definizione da non usare per un movimento, sia pure di estrema destra, senza giustificazione specifica. (39/2018)

La «SonntagsZeitung» riferisce di un'inchiesta in corso per il titolo di truffa a proposito della votazione sull'appartenenza di Moutier al Giura oppure a Berna. L'inchiesta del settimanale sostiene la fondatezza della denuncia di «turismo elettorale» affermata da uno studio. Secondo il Consiglio della stampa, criticabile non è il contenuto ma il titolo dell'articolo: «Moutier repubblica delle banane», affermazione generica che dipinge una città intera come corrotta, venale, arbitraria, senza peraltro dimostrarlo. Forzatura non ammissibile nel caso specifico. (20/2018)

A difesa del principio di equità (fairness)

Il responsabile della politica sanitaria di Economie Suisse firma nel «Bollettino dei medici svizzeri» una lettera intitolata: «L'economia produce buona salute» (*Wirtschaft bringt Gesundheit*). Ritenendo il titolo una semplificazione eccessiva, la redazione la fa precedere da un cappello in cui si fanno valere alcune riserve e si raccomanda la lettura di un articolo critico pubblicato nello stesso numero. Niente da dire circa le riserve della redazione – commenta il Consiglio della stampa – purché l'autore della lettera ne fosse informato prima della pubblicazione. Si tratta di un mancato rispetto del dovere di equità (fairness) menzionato nell'introduzione alla Dichiarazione dei doveri del giornalista. (16/2018)

Tutte le prese di posizione del Consiglio della stampa possono essere consultate al sito: www.presserat.ch

IV. Modifiche al Regolamento

Come accennato all'inizio del presente rapporto, il Consiglio di fondazione ha modificato l'art. 2 (Competenza) del Regolamento del Consiglio della stampa. Il nuovo testo dell'art. 2 è il seguente:

«La competenza del Consiglio svizzero della stampa si estende, indipendentemente da qual ne sia il supporto, alla parte redazionale dei mezzi pubblici d'attualità, come pure ai contenuti giornalistici postati a titolo individuale.»

Il Consiglio di fondazione ha pure approvato, su istanza del Consiglio della stampa, un'aggiunta all'articolo 11 sulla «Non entrata in materia». L'integrazione è la seguente (*in corsivo*):

«Se vengono sollevate questioni deontologiche di fondo, *oppure se un servizio contestato suscita un ampio dibattito pubblico*, il Consiglio della stampa può entrare in materia su un reclamo anche qualora, in relazione al contenuto dello stesso, siano intentati (o si abbia intenzione di intentare) un procedimento giudiziario o una procedura secondo la legge federale sulla radiotelevisione, o venissero promossi durante la procedura davanti al Consiglio svizzero della stampa.»

V. Comunicazione

Dieci redazioni sono state visitate da membri del Consiglio della stampa nel corso del 2018. Dieci persone hanno fatto uso della possibilità, offerta ai giornalisti o a persone vicine ai mass media, di assistere alle deliberazioni di una Camera del Consiglio della stampa. Chi voglia valersi di questa possibilità trovi informazioni utili al sito www.presserat.ch.

Il Consiglio non è invece riuscito a formare il gruppo di «ambasciatori» che dovrebbe assicurare una migliore reattività; neppure sono stati realizzati progetti di presenza attiva sulle reti sociali.

VI. Incontro dell'AIPCE a Helsinki

L'abituale incontro dell'Alleanza dei Consigli della stampa indipendenti europei (AIPCE) si è tenuto in ottobre a Helsinki per celebrare il cinquantenario di esistenza del Consiglio della stampa finlandese. Da notare, in particolare, l'iniziativa dei colleghi del Paese scandinavo, di dare un *label* ai media che rispettano le regole della deontologia. La parte essenziale dell'incontro è stata dedicata al rapporto tra gli algoritmi e l'etica giornalistica. L'incontro del 2019 avrà luogo a Tbilisi, capital della Georgia.

Dominique von Burg, Presidente del Consiglio svizzero della stampa

Statistica del Consiglio della stampa 2018

	Totale	Svizzera tedesca	Svizzera romanda	Svizzera italiana	Giornali	Periodici	Radio SSR	TV SSR	Radio private	TV private	Internet	Agenzie
Reclami pendenti al 1.1.2018	68	53	8	7	57	7	0	1	0	1	2	0
Casi affrontati per iniziativa del Consiglio	0											
Nuovi reclami entrati	115	81	30	4	90	6	2	5	2	2	8	0
Reclami ritirati	19	9	4	6	17	0	0	0	1	1	0	0
Non entrata in materia con presa di posizione	14	13	1	0	12	1	0	0	0	0	1	0
Non entrata in materia senza presa di posizione	21	16	3	2	14	4	2	1	0	0	0	0
Reclami accolti	6	5	0	1	5	1	0	0	0	0	0	0
Reclami parzialmente accolti	14	12	2	0	14	0	0	0	0	0	0	0
Reclami respinti	28	19	9	0	22	3	0	0	0	0	3	0
Casi affrontati per propria iniziativa	0											
Procedimenti affidati alla Presidenza	56	46	8	2	44	8	2	1	0	0	1	0
Procedimenti affidati alle Camere	25	17	7	1	22	1	0	0	0	0	2	0
Procedimenti decisi dal Plenum	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Totale delle prese di posizione	62	49	12	1	53	5	0	0	0	0	4	0
Totale dei casi risolti	102	74	19	9	84	9	2	1	1	1	4	0
Reclami pendenti al 31.12.2018	81	60	19	2	63	4	0	5	1	2	6	0

16

17

Statistica 2008-2018

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Reclami pendenti al 1.1.2018	38	34	25	30	28	32	27	47	60	31	68
Casi affrontati per iniziativa del Consiglio	1	1	1	3	1	0	0	2	0	0	0
Nuovi reclami entrati	81	74	83	82	95	86	70	85	48	127	115
Reclami ritirati	20	12	14	15	14	18	6	4	9	9	19
Non entrata in materia con presa di posizione	17	19	14	14	20	30	16	36	13	11	14
Non entrata in materia senza presa di posizione	0	0	0	0	0	0	0	0	17	18	21
Reclami accolti	8	6	12	14	9	11	2	3	8	5	6
Reclami parzialmente accolti	8	17	15	18	24	12	9	10	10	15	14
Reclami respinti	32	29	21	23	24	20	17	17	20	32	28
Casi affrontati per propria iniziativa	1	1	3	3	1	0	0	2	0	0	0
Procedimenti affidati alla Presidenza	56	54	55	52	57	67	33	43	50	51	56
Procedimenti affidati alle Camere	30	30	23	30	33	24	17	18	16	29	25
Procedimenti decisi dal Plenum	0	0	1	5	1	0	0	2	2	1	2
Totale delle prese di posizione	66	72	65	72	78	73	44	60	51	53	62
Totale dei casi risolti	86	84	79	87	92	91	50	67	77	90	102
Reclami pendenti al 31.12.2018	34	25	30	28	32	27	47	60	31	68	81

Nota circa la differenza (10) circa il totale delle prese di posizione (53) e la somma delle non entrate in materia, dei reclami accolti, dei reclami parzialmente accolti e dei reclami respinti (63) nel 2017: uno dei reclamanti aveva inoltrato 10 reclami.

Giornalisti fino in fondo

di Dominique von Burg
Presidente del Consiglio svizzero della stampa



Dominique von Burg

È noto a quanti e quali sconvolgimenti il panorama mediatico sia attualmente soggetto. Siti d'informazione e di propaganda si sono moltiplicati sulla rete, gli stessi giornalisti non devono più passare attraverso il filtro redazionale quando si esprimono su un «blog», oppure su Twitter, Facebook, e così via. Sono cambiamenti che hanno indotto il Consiglio svizzero della stampa ad ampliare il suo ambito di competenza: la deontologia della professione.

Quando il Consiglio della stampa fu creato, negli anni Settanta del Novecento, si può dire che i contorni del mondo dei media fossero chiari e netti: erano solo i giornalisti a produrre l'informazione generalista, usando gli strumenti classici: la stampa, la radio, la televisione. Era perciò alle redazioni di questi media che incombeva l'onere e la responsabilità del rispetto della deontologia professionale, più precisamente della *Dichiarazione dei doveri e dei diritti dei giornalisti*. Quando occorreva, il Consiglio della stampa¹ – cui peraltro non competeva di infliggere sanzioni – faceva conoscere le sue rimostranze, in caso di violazione, al media interessato: giornale, radio o televisione che fosse.

L'evoluzione del mondo dei media ha posto anche al Consiglio della stampa tutta una serie di domande. Pur confermando che la deontologia concerne ogni tipo di pubblicazione, come definire l'ambito degli interventi? Una risposta di comodo avrebbe potuto essere questa: limitarsi ai media che si definiscono «classici» e ai siti relativi. Il rischio, però, sarebbe stato di cadere, presto o tardi, nell'irrelevanza. Un serrato dibattito interno è sfociato nella decisione di estenderlo, l'ambito di competenza. Dal 1. gennaio di quest'anno l'art 2 del Regolamento risulta così modificato: «La competenza del Consiglio svizzero

¹ Il Consiglio della stampa può essere interpellato da chiunque, anche non direttamente toccato dal prodotto giornalistico in questione. Tutte le prese di posizione del Consiglio, come pure la sua composizione e il suo Regolamento, si trovano al sito www.presserat.ch

della stampa si estende, indipendentemente da quale ne sia il supporto, alla parte redazionale dei media pubblici di attualità, come pure ai contenuti giornalistici postati a titolo individuale.» Insieme sono state pubblicate due prese di posizione di fondo, in cui quell'ampliamento di competenze è descritto: la prima sulla «moltiplicazione dei siti d'informazione su Internet», la seconda sul rapporto tra «i giornalisti e le reti sociali».

Sì, anche sulle reti sociali!

I giornalisti saranno dunque tenuti al rispetto della deontologia anche quando si esprimono a titolo individuale sulle reti sociali, dove non è in gioco la responsabilità di una redazione? Sì, risponde il Consiglio, ma con qualche distinguo: «È tuttavia opportuno tener conto del principio di proporzionalità, essendo tipiche delle reti sociali la spontaneità e la libertà di espressione.» Per cui, ad esempio, «le regole della deontologia non si applicano ai giornalisti quando si esprimono su temi inerenti alla loro sfera privata»². Maturando con l'esperienza l'applicazione di questa regola il Consiglio della stampa focalizzerà sempre meglio l'applicazione di questo principio. Da subito tuttavia si afferma che i giornalisti non possono rivendicare una totale libertà di espressione quando operano su un *social media* su temi di pubblico interesse. Al Consiglio della stampa sta a cuore la salvaguardia della credibilità di chi esercita questo mestiere: ma soprattutto, in tempi di *post-verità* e di *fake news*, gli importava di contribuire a rafforzare la credibilità della categoria di fronte al pubblico.

Il buon grano e la zizzania

Da questa affermazione si salta naturalmente al soggetto di un'altra presa di posizione di fondo decisa dal Consiglio. La domanda era: se sui siti *online* più svariati si trova di tutto, come riconoscere quelli tra loro che pertengono alla competenza del Consiglio? Detto altrimenti: quali siti informano nel rispetto delle regole della professione giornalistica, e perciò dal pubblico possono essere ritenuti meritevoli di fiducia? Fino all'anno scorso, il Consiglio accettava di considerare un reclamo contro un sito d'informazione se esso si definiva prodotto giornalistico. Tale posizione si rivela ora insostenibile, perché basterebbe a un sito dichiararsi estraneo alle regole della deontologia per sottrarsi a un procedimento, mentre di fatto dal pubblico come tale era visto e tenuto a rispettarle. Sarà dunque necessario valutare di caso in caso se un sito si può considerare astretto alla disciplina professionale. Il complesso delle pronunzie sui casi singoli permetterà anche al pubblico di imparare riconoscere quando

² «Giornalisti attivi sulle reti sociali / Competenza del Consiglio della stampa», Presa di posizione 2/2019.

a un certo tipo di informazione si può fare fede. È una risposta al problema che si appresenta a iniziative promosse nella stessa direzione, per esempio la *Journalism Trust Initiative* lanciata da Reporters sans frontières (RSF), dall'Agence France Presse, dall'Unione Europea di Radiotelevisione (UER), oppure il *Global Editors Network* (GEN), «che consiste nel fissare dei punti di riferimento, sotto forma di indicatori della trasparenza, dell'indipendenza delle redazioni, dell'applicazione di metodi giornalistici e del rispetto delle regole della deontologia, che pertanto diventano determinanti per l'autodisciplina dei media e le *good practices* adottate dai produttori di contenuti giornalistici, si tratti di attori sui *blog* o di testate internazionali»³. Questa tendenza alla «certificazione» ha per scopo di combattere le false informazioni circolanti in Internet, delle quali è nota la capacità di diffondersi più rapidamente delle notizie verificate e documentate.

Un problema di credibilità

È vero che una gran parte del pubblico ritiene il giornalismo non più credibile. Certo, il fenomeno del discredito tocca pure le élites in generale: si è imposta la nozione di post-verità, nel senso che un enunciato conta meno per essere vero che per essere sincero, anche se dimostrato falso; la competenza è ignorata, le opinioni hanno tutte lo stesso peso. Si tratta di un clima ovviamente poco propizio al giornalismo e alle esigenze che gli sono proprie: l'indipendenza, la ricerca della verità, la verifica dei fatti. Gli stessi giornalisti devono però chiedersi se non abbiano loro stessi contribuito a determinare questo disamore nel pubblico. Vi sono professionisti che rivendicano il diritto e il dovere della critica ma si dimostrano suscettibilissimi quando a loro volta vengono criticati. Dovrebbero chiedersi se non ha qualche ragione di essere l'opinione per cui i media trattano tutti gli stessi temi e sfondano tutti le stesse porte. Più semplicemente, ci possiamo chiedere anche perché i giornalisti siano così poco disposti ad ammetterlo quando sbagliano. E, quando svolgono la funzione più alta che loro compete – fare da «cani da guardia», come li descrive la Corte Europea dei Diritti Umani – non sarà un problema per la loro credibilità lo strofinarsi come fanno ai luoghi del potere? In definitiva, la pretesa dei giornalisti di essere degli osservatori neutrali io non la ritengo più credibile. Nella seconda metà dello scorso secolo, affrancandosi dal giornalismo d'opinione, i media detti d'informazione hanno svolto il loro compito. Ma tale loro pretesa è attualmente divenuta motivo di sospetto: di voler imporre un punto di vista, di impancarsi a maestri.

Una buona inchiesta giornalistica tiene conto di una molteplicità di punti di vista. Mettere le carte in tavola, ammettere la propria soggettività esplicitando il proprio modo di procedere: non sono questi elementi da offrire per

guadagnarsi il rispetto del pubblico? È tempo che a un giornalismo che si pretende neutrale succeda un giornalismo più modesto, trasparente, più adatto a sostenere il dialogo con il pubblico.

Testo pubblicato dalla rivista *Chosir*, aprile – giugno 2019.

³ Dichiarazione d'intenti della «Journalism Trust Initiative» del 3 aprile 2018.

Composizione del Consiglio della stampa 2019

Presidente

Dominique von Burg
Carouge, ancien rédacteur en chef de la «Tribune de Genève»



Vicepresidenti

Francesca Snider
Locarno, Avvocato e notaio



Lic. phil. Max Trossmann
Adliswil, Historiker und Publizist



Rappresentanti del pubblico

Prof. Dr. Annik Dubied
Neuchâtel, directrice de l'Académie du journalisme et des médias, Université de Neuchâtel



Dr. phil. I Michael Herzka
Zürich, Leiter Movendo, Bildungsinstitut der Gewerkschaften



Dr. phil. Markus Locher
Basel, Lehrer Wirtschaftsschule Reinach



Mélanie Pitteloud
Martigny, Ethnologin



Giornalisti

Sonia Arnal
Lausanne, rédactrice en chef «Femina»



Annika Bangerter
Basel, Redaktorin «Leben und
Wissen» CH Media



Michel Bühler
Orbe, photographe et
journaliste libre



Klaus Lange
Zürich, Textdirector
«SonntagsBlick»



François Mauron
Villars-sur-Glâne, journaliste
«La Liberté»



Marianne Biber
Bern, Französischsprachige
Inlandchefin der SDA



Ursin Cadisch
Chur, Social Media Radiotevisiun
Svizra Rumantscha RTR



Francesca Luvini
Lugano, giornalista Radiotelevisione
Svizzera



Simone Rau
Zürich, Reporterin Recherchedesk
Tamedia



Dennis Bühler
Bern, Bundeshausredaktor
«Republik»



Jan Grüebler
Zürich, Dienstleiter Nachrichten SRF



Denis Masméjan
Pully, journaliste, secrétaire général
de RSF Suisse



Casper Selg
Bern, Freier Journalist



Direttrice

Ursina Wey
Bern, Rechtsanwältin



28

Impressum

Consiglio svizzero della stampa

Segretariato

Schweizer Presserat

Geschäftsstelle

Conseil suisse de la presse

Secrétariat de direction

Münzgraben 6, 3011 Bern

Telefon / Téléphone / Telefono: 033 823 12 62

Website: www.presserat.ch

E-Mail: info@presserat.ch

Traduzione: Enrico Morresi

Correzioni: Max Trossmann

Layout: Büro Oh, buero-oh.ch

