

Wolfgang Aichtner

Il reporter televisivo. Manuale pratico per un giornalismo credibile e di (buona) qualità
Morlacchi Editore, 2006

oooooooooooooooooooooooooooooooo

Capitolo Primo

ETICA

"Quando uso una parola", disse Humpty Dumpty, con un tono piuttosto sprezzante, significa proprio quello che io voglio che significhi, né più né meno".

"Il problema è", disse Alice, "se tu puoi far sì che le parole significhino tante cose diverse".

"Il problema è", disse Humpty Dumpty, "chi deve essere il padrone, ecco tutto".
Da "Alice nel Paese delle Meraviglie", di Lewis Carroll.

Premessa. I fondamenti etici del giornalismo americano.

Il modello del giornalismo anglosassone, o più giustamente del giornalismo "all'americana", perchè è negli Stati Uniti d'America che si è sviluppato, poggia sul concetto di libera stampa, che nasce insieme alle istituzioni democratiche di quel paese. Questo diritto inalienabile è sancito dal Primo Emendamento della costituzione americana che stabilisce quanto segue:

"Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the Government for a redress of grievances."

"Il Congresso non dovrà promulgare alcuna legge che istituisca una religione (di Stato) o che ne proibisca il culto; oppure che limiti la libertà di parola o della stampa; oppure il diritto del popolo di riunirsi in assemblea, e di esigere dal governo soddisfazione per un torto subito".

Come si può vedere, il Primo Emendamento protegge i quattro diritti fondamentali dei cittadini, quelli maggiormente temuti e più spesso violati da governanti nel corso della storia: il diritto di culto, di parola, di riunirsi in assemblea, e di chiedere alle autorità di riparare le ingiustizie. Tutto questo viene detto (nel testo in lingua inglese) con quarantacinque parole, di cui dieci soltanto riguardano la libertà di espressione.

Gli autori del "Bill of Rights", la "Carta dei Diritti," come vengono chiamati i primi dieci emendamenti della costituzione, intendevano fornire ai cittadini uno scudo

che li proteggesse da eventuali abusi del governo. Altresì essi volevano che i cittadini arrivassero ad autogovernarsi; a questo fine era indispensabile garantire un accesso illimitato all'informazione, alle idee, e alle opinioni.

E' importante notare che negli Stati Uniti si intende che la libertà d'espressione e la libertà della stampa devono servire all'istituzione di un mercato delle idee, e in più di un'occasione è stato affermato che in questo mercato, le idee e le opinioni più svariate dovranno porsi in concorrenza per essere accettate.

A questo proposito, la Corte Suprema degli Stati Uniti ha stabilito che "lo scopo del Primo Emendamento è quello di preservare un mercato delle idee senza restrizione alcuna, nella quale alla fine prevalga la verità, e non quello di consentire una monopolizzazione del mercato" (395 US 390, 1969).

La Corte Suprema ha altresì riconosciuto che la libertà d'espressione ha giocato un ruolo fondamentale nel garantire il successo del sistema politico americano. Secondo il giudice William O. Douglas, il Primo Emendamento *"è stato la salvaguardia di ogni nostro gruppo religioso, politico, filosofico, economico e razziale"* (341 US 494, at 584, 1951).

Malgrado molti critici abbiano postulato che tale libertà debba essere riconosciuta soltanto se usata in modo "costruttivo", "responsabile", o in modo "veritiero", il Primo Emendamento non prevede una simile supposizione e non ammette alcuna restrizione. Infatti, la Corte Suprema ha sancito che: *"In base al Primo Emendamento non può esistere un'idea falsa a priori. Per quanto un'opinione possa sembrare pernicioso, non dipendiamo per la sua correzione dalla coscienza dei giudici e delle giurie, ma dalla competizione di altre idee"* (418 US 323, at 339, 1974).

La Corte Suprema ha perfino postulato che uno degli obiettivi fondamentali del Primo Emendamento sia quello di stimolare il dissenso. *"Nel nostro sistema di governo una delle funzioni della libertà di espressione è di incoraggiare il dibattito," ha scritto il giudice William O. Douglas. "In effetti, è possibile considerare che il suo fine ultimo sia quello di indurre una condizione di insoddisfazione con la realtà così com'è, o addirittura di provocare l'ira della popolazione"* (337 US 1, at 4, 1949).

Informare i cittadini.

Un sistema democratico funziona soltanto se i cittadini sono informati e possono esercitare liberamente il proprio diritto di scelta alle urne. Ne consegue che il compito primario della stampa è di fornire ai cittadini le informazioni di cui hanno bisogno per scegliere un candidato/a, o per esprimere un parere favorevole o contrario circa questioni politiche o qualunque argomento di interesse pubblico.

Pertanto, il compito fondamentale di un organo di stampa responsabile è di fornire al lettore/teleutente informazioni oneste, esatte ed obiettive su tutto ciò che possa essere di interesse pubblico. Si intende che, per riportare i fatti in modo "obiettivo", il giornalista debba presentare i fatti nella loro completezza, in modo onesto e omettendo ogni commento. Nessuno pretende che il giornalista non abbia opinioni, ma solo che queste non figurino nei suoi resoconti. Si presume che i fatti vadano riportati come sono e non come dovrebbero o non dovrebbero essere. Inoltre, si ritiene che sia meglio evitare di cercare di interpretare gli eventi e le situazioni, a meno che non si abbia una conoscenza di tutti i retroscena.

Controllare gli eletti.

Il secondo compito di una libera stampa è di fungere da organo di controllo degli elettori sugli eletti. Per questo motivo, negli Stati Uniti la *free press*, la libera stampa, è considerata parte integrante del sistema ed è addirittura protetta dalla costituzione.

Negli USA, dove gli amministratori pubblici sono *eletti by the people for the people*, dal popolo per il popolo, agli elettori viene riconosciuto *the right to know*, il diritto all'informazione, ovvero il diritto di verificare che gli eletti facciano bene il loro mestiere, e si attribuisce alla libera stampa la funzione di esercitare questo diritto in nome del popolo sovrano. A questo proposito, James M. Neal e Suzanne S. Brown (Newswriting and reporting), sottolineano che: *"Tutti i codici etici giornalistici sono fondati sul concetto che la libertà di stampa è un diritto della società e non un privilegio individuale. La stampa esiste solo per soddisfare il diritto all'informazione dei cittadini. Per cui, i proprietari degli organi d'informazione, coloro che li dirigono e che vi lavorano, ne hanno titolo, solo fin tanto si comportano in modo responsabile ed onesto"*.

E' proprio questo diritto dei cittadini di sapere che legittima il ruolo quasi-istituzionale della libera stampa, altrimenti noto come il "Quarto Potere", essenziale per il buon funzionamento di una democrazia, per cui si presuppone siano necessari tutta una serie di *checks and balances*, ovvero di "controlli e contrappesi".

In una società democratica, una delle principali garanzie della libertà dei cittadini è la separazione dei poteri. James Madison, uno dei padri della Costituzione americana, ha scritto: *"Non può esserci libertà dove i poteri legislativi ed esecutivi sono uniti nella stessa persona (...) [o] se il potere di giudicare non è separato dai poteri legislativi ed esecutivi"*.

Questo principio della separazione dei poteri vale in special modo per quell'altra istituzione assolutamente indispensabile per il funzionamento di un sistema democratico, la libera stampa. Come scrivono Theodore J. Lowi e Benjamin Ginsberg, in "American

Government: Freedom and Power", *“Dipendiamo dai mezzi di comunicazione di massa per le investigazioni di attività illecite, per rendere pubblici e spiegare le azioni del governo, per la valutazione di programmi e uomini politici, e perchè vengano portate all'attenzione del pubblico questioni che altrimenti sarebbero conosciute soltanto da un cerchio ristretto di funzionari governativi. In breve, senza mezzi di comunicazione liberi ed attivi, sarebbe virtualmente impossibile avere una democrazia. I cittadini avrebbero pochi mezzi per conoscere o giudicare le azioni del governo - oltre alle affermazioni e alle dichiarazioni ufficiali del governo medesimo. Inoltre, senza una stampa attiva - anzi, aggressiva - sarebbe molto difficile per i cittadini poter fare una scelta informata tra i candidati alle urne. I mezzi di informazione rivelano spesso delle discrepanze tra le affermazioni dei candidati e le loro azioni, e tra l'immagine di sé che i candidati vorrebbero proiettare e la sottostante realtà”.*

Proprio in ossequio al principio della separazione dei poteri, negli Stati Uniti, si ritiene che nessuna autorità - tantomeno lo Stato - possa attribuire la qualifica di giornalista attraverso un esame professionale. Questo sarebbe in contrasto con la sacralità della libertà di espressione sancita dal primo emendamento della Costituzione americana. L'esercizio del diritto alla libera espressione non può, quindi, essere sottoposta ad alcuna restrizione né ad alcuno scrutinio da parte dell'autorità statale perchè ciò limiterebbe uno dei pilastri della democrazia, distorcendola dalle fondamenta. In questo modo, viene anche scongiurato il pericolo che le licenze per fare il giornalista vengano rilasciate solo a chi esprima le idee "giuste" o quelle "bene accette" dalle autorità.

Tra l'altro, negli USA, quella del giornalista non viene nemmeno considerata, in senso stretto, una professione perchè, contrariamente a quanto avviene per medici, avvocati ed ingegneri, la qualifica di giornalista non viene attribuita dopo un esame professionale di abilitazione. Per quanto riguarda le altre professioni, il diritto dello Stato ad esaminare e a certificare i nuovi membri si basa sull'esigenza di stabilire e mantenere degli standard professionali al fine di proteggere l'incolumità del pubblico. Per fare il giornalista, invece, non serve alcun tipo di licenza perchè, ancora oggi, è possibile esercitare il mestiere senza avere ricevuto un'istruzione specialistica.

E' opportuno sottolineare che, negli Stati Uniti, il diritto all'informazione dei cittadini non è un diritto puramente teorico. Questo diritto è stato sancito dal "Freedom of Information Act," basato sul principio che i cittadini devono poter conoscere non solo le decisioni delle amministrazioni, ma anche i documenti in base alle quali esse vengono prese. Solo in questo modo potranno intervenire nel momento della formazione delle decisioni e non già solo a posteriori. Come ha spiegato James Madison, *"Un governo del popolo senza che il popolo abbia l'informazione popolare o i mezzi per ottenerla, non è altro che il prologo di una farsa o di una tragedia, o forse di entrambe. E un popolo che voglia autogovernarsi deve attrezzarsi con il potere che la conoscenza gli dà”.*

Queste parole di Madison sono citate in un libretto intitolato "Guida per il cittadino all'uso del Freedom of Information Act (FOIA)", stampato dal Congresso degli Stati Uniti e diffuso in tutte le librerie, e persino sull'Internet. Nella guida viene spiegato in modo chiaro e semplice cosa la legge prevede, e come fare per venire a conoscenza

delle informazioni riservate e come ricorrere nei vari gradi di giudizio se l'amministrazione pubblica nega i documenti o tarda a rispondere.

Il ruolo della stampa come controllore delle istituzioni democratiche venne sottolineato anche dal giudice federale dello stato di New York, Murray I. Gurfein, che, nel 1971, motivando la sua sentenza a favore del quotidiano New York Times, accusata dall'amministrazione Nixon di avere messo a repentaglio la sicurezza nazionale con la pubblicazione dei cosiddetti "Pentagon Papers", documenti segreti del Pentagono (questo soprannome usato comunemente per descrivere il Ministero della Difesa degli Stati Uniti, deriva dalla forma dell'edificio in cui ha sede il ministero) concernenti la guerra del Vietnam, scrisse: *" La sicurezza della nazione non è affidata solo ai bastioni che difendono le frontiere. La sicurezza sta anche nel valore delle nostre libere istituzioni. Coloro che detengono l'autorità debbono sopportare una stampa pugnace, una stampa ostinata, una stampa onnipresente al fine di preservare i valori ancora più alti della libertà di espressione e il diritto dei cittadini di sapere".*

Credibilità e giornalismo "obiettivo".

Negli Stati Uniti, la stampa nacque intorno al 1700 soprattutto come strumento di lotta politica (proprio come avviene più tardi in Italia), ed i primi quotidiani delle colonie americane erano quasi tutti violentemente anti-inglesi. Anche in seguito alla vittoria sugli inglesi nella guerra per l'indipendenza, i quotidiani americani conservarono questa loro veste estremamente politicizzata. Come ha scritto Michael Shudson in "Discovering The News", *"prima del 1830 l'obiettività non veniva considerata una questione importante. Ci si aspettava che i giornali americani fossero partigiani e non che fossero neutrali".*

Nel 1825, negli Stati Uniti un numero maggiore di persone leggevano un numero maggiore di giornali, rispetto a qualsiasi altro paese del mondo. Questi giornali ebbero un ruolo importante nella crescita della giovane repubblica. Discutendo dei cambiamenti in corso nel paese, propagandando le idee rivoluzionarie di uomini come Alexander Hamilton, Thomas Jefferson, James Madison e Thomas Paine, e non lesinando attacchi ai potenti, ivi compreso lo stesso George Washington, la stampa americana aiutò il popolo a comprendere il funzionamento di un sistema, di cui in quegli anni venivano gradualmente fissati i parametri, e in cui non si esitava a ritenere fallibili i governanti e soggetta a discussione qualsiasi verità.

"Il giornale li ha uniti", scrisse degli americani, Alexis De Tocqueville, dopo la sua visita negli Stati Uniti nel 1831 e nel 1832, "e il giornale è ancora necessario per mantenerli uniti".

Successivamente, a partire dal 1833, con la nascita, dapprima a New York e, successivamente, in altre grandi città della *penny press*, così chiamata perchè i quotidiani

costavano un *penny*, arrivò un periodo in cui la tiratura di molti giornali aumentò in maniera vertiginosa, raggiungendo in pochi anni le decine di migliaia di copie vendute.

L'aumento delle vendite trasformò i giornali in prodotti di massa. Proprio in quanto tali, dovendosi rivolgere ad un pubblico che fosse il più vasto possibile, i giornali furono obbligati a perdere qualsiasi connotato di parte.

Per soddisfare quest'esigenza di credibilità nacque un nuovo tipo di giornalismo basato sui fatti. Nella seconda metà del diciannovesimo secolo i giornalisti adottarono lo stile della *inverted pyramid*, o "piramide capovolta". Viene chiamata così perchè la "notizia" e/o i fatti più importanti - la base della piramide - si trovano all'inizio dell'articolo. Mano mano che si procede nell'articolo, vengono aggiunti dettagli sempre meno importanti, di modo che - semmai fosse necessario accorciare l'articolo per esigenze di spazio, è possibile farlo, partendo dal basso verso l'alto, senza sacrificare nulla di essenziale.

Questo stile deve la sua origine al fatto che, durante la Guerra di Secessione, i giornalisti al seguito delle truppe dell'Unione adoperavano il telegrafo per inviare le loro corrispondenze, e iniziarono a scrivere in questo modo dato che avevano pochissimo tempo a disposizione per inviare i loro dispacci e che, molto spesso, c'erano problemi di trasmissione. Motivo per cui, era assolutamente necessario sistemare la notizia del giorno all'inizio della corrispondenza: per esempio, che fosse stata combattuta una battaglia in un dato luogo, che la stessa fosse stata vinta o persa, e il numero dei morti e dei feriti che c'erano stati tra i due schieramenti opposti.

Da questo giornalismo basato sui fatti nasce la tradizione del giornalismo obiettivo. Questo modello di giornalismo si fonda sulla convinzione che il compito fondamentale di un organo di stampa responsabile è di fornire al lettore/telespettatore informazioni oneste, esatte, e obiettive su tutto ciò che possa essere di interesse pubblico.

All'inizio degli anni Cinquanta, in seguito al periodo della cosiddetta "caccia alle streghe", come venne definita la persecuzione anti-comunista istigata dal senatore Joseph R. McCarthy, che contagiò presto ogni settore della società, la stampa americana si rese conto delle limitazioni del *reporting* "obiettivo" in voga fino ad allora. Infatti, seguendone i canoni, secondo i quali un giornalista poteva avere la coscienza tranquilla fintanto che attribuisse a qualcuno le affermazioni contenute nel suo articolo, divulgandone la propaganda, i giornalisti erano diventati, seppure involontariamente, complici di McCarthy.

Per questo motivo, oggi si ritiene che per presentare i fatti in modo obiettivo, questi vanno presentati in modo onesto e modo completo, ovvero presentando in modo equo entrambi i lati di una questione.

E` chiaro che, in un regime di libero mercato, ove vige una concorrenza spietata, la credibilità diventa un attributo fondamentale per ogni organo di stampa, giornale o rete televisiva che sia, e per ogni giornalista.

La credibilità è inestricabilmente collegata ai concetti di *accuracy*, la precisione con cui vengono riportate le notizie, e di *fairness*, ovvero l'imparzialità. La scelta delle notizie deve avvenire senza pregiudizi e i fatti vanno presentati nel loro contesto e senza preconcetti. Si ritiene, poi, che un articolo o un servizio televisivo deve contenere tutti i fatti rilevanti e che sia necessario presentare, in modo equo, ogni lato di una questione e, nel caso di controversie, includere tutti i diversi punti di vista.

In Gran Bretagna si ritiene che il concetto dell'imparzialità sia simile a quello della perfezione; un obiettivo al quale tutti devono aspirare anche se nessuno può pretendere di riuscirci in pieno. Nel libretto "Producer's Guidelines", il manuale della BBC (la British Broadcasting Corporation) che spiega la linea direttrice di condotta obbligatoria per i giornalisti e i dirigenti, viene specificato chiaramente che: "La BBC non ha opinioni editoriali proprie. Ha un obbligo a non schierarsi per una parte o l'altra; il dovere di riflettere tutti i punti di vista riguardo a qualunque questione".

Vengono altresì elencate tutta una serie di altre norme pratiche alle quali devono attenersi i giornalisti, incluse le seguenti:

"L'imparzialità è la chiave di volta di tutta la programmazione";

I telespettatori non dovrebbero essere in grado di stabilire in base al programma le opinioni personali dei conduttori o dei cronisti;

Le domande delle interviste non devono implicare opinioni personali del giornalista sulla questione;

Se un tema ha un alto contenuto di conflittualità, la sua presentazione deve risultare rigorosamente imparziale;

Chi intervista non deve mai dare l'impressione di aver già preso una posizione sul tema;

I sondaggi d'opinione non ci dicono alcunché riguardo a futuri cambiamenti d'opinione. Si basano su quello che un campione di persone dice agli operatori che effettuano il sondaggio in un momento specifico;

Non è mai corretto dire che un sondaggio d'opinione prova o mostra cosa pensi la nazione, in senso lato. Quando i sondaggi sono accurati, indicano o suggeriscono cosa dicevano le persone al momento in cui è stato condotto il sondaggio;

I sondaggi elettorali saranno trattati con molta attenzione, specificando sempre chi li ha effettuati e chi ne è il committente. Ricordarsi che i sondaggi possono indicare alcune tendenze, ma non le provano;

In particolare, i sondaggi telefonici riflettono solo l'opinione di coloro che si sono presi la briga di telefonare;

Evitare giudizi di valore: moderato o estremista ad esempio sono termini che possono entrare in conflitto con l'imparzialità della tv;

A tutte le parti in causa deve essere dato lo stesso risalto e tutti devono essere interrogati con la stessa intensità. Sia i ministri che i loro avversari vanno trattati a distanza e con distacco;

Fare molta attenzione nel riferire le fluttuazioni della statistica. Quando si tratti del livello dei prezzi o della disoccupazione una cifra indicherà il livello più alto raggiunto negli ultimi anni o il peggiore? E` preferibile usare il termine più alto, perchè il termine peggiore implica un giudizio".

Per quanto riguarda la televisione commerciale, la Independent Television Commission (ITC), un'authority indipendente, incaricata di rilasciare le concessioni alle emittenti private e di stabilire degli standard qualitativi per la programmazione sancisce che i richiedenti delle concessioni per le emittenti locali e nazionali via etere (quelle visibili in chiaro, gratuitamente, da tutti) devono essere in grado di superare un *quality threshold*, una "soglia qualitativa". In pratica, questo significa che ciascun titolare di concessione deve dimostrare alla ITC che i propri palinsesti potranno soddisfare un certo standard sia per quanto concerne il contenuto e la qualità dei programmi che il livello tecnico degli stessi; inoltre, viene imposto per legge, la *impartiality*, la "imparzialità", dei programmi.

Che la televisione britannica prenda estremamente sul serio la ricerca dell'imparzialità è provato dal fatto che non vengano mai presentati editoriali o servizi di commento né sul telegiornale della BBC, (la televisione pubblica) né su quello della ITN (il telegiornale della rete commerciale ITV, Independent Television).

E` evidente che, in Italia, questo concetto dell'imparzialità è stato - e rimane - un concetto sconosciuto. Tanto è vero che in seno alla Rai, salvo rare eccezioni, i giornalisti sono sempre stati - e continuano ad essere - assunti in base all'appartenenza, vera o presunta, ad un partito.

Non si spiega altrimenti come sia potuto accadere che l'azienda pubblica abbia permesso a Francesco Cossiga, quando era Presidente della Repubblica, di abusare quotidianamente del mezzo pubblico, mandando addirittura in diretta le sue "esternazioni" sugli argomenti più vari e, ancor peggio, permettendogli di usare i Tg per i suoi attacchi personali ai suoi critici. E ancor più grave, quando Cossiga decise di ricompensare con l'assegnazione del titolo di Cavaliere della Repubblica i giornalisti regolarmente al suo seguito, che erano stati suoi complici, l'Ordine dei Giornalisti non si mobilitò per impedire questo atto che screditava tutta la categoria.

Torniamo, ora, alle norme di comportamento del buon giornalista. Ogni notizia va attribuita ad una fonte. Questa può essere l'autorità che rilascia una dichiarazione o un

comunicato, oppure il testimone oculare di un evento. In certi casi, può essere il giornalista medesimo, per esempio quando è stato/a egli/ella stesso testimone oculare di un evento.

Per assicurarsi che ogni resoconto sia il più preciso e obiettivo possibile, ogni volta che sussista il minimo dubbio sui fatti riportati in un servizio, ogni singola dichiarazione deve essere attribuita ad una fonte che, nei limiti del possibile, va identificata. Di regola, va attribuita ad una fonte qualsiasi opinione, critica, dichiarazione che implichi una colpevolezza, che sia di dubbia validità, o che possa essere contestata. Lo stesso vale ogni volta che qualcuno asserisca di riferire una dichiarazione di terze persone. Inoltre, è prassi comune che fatti particolarmente controversi debbano essere confermati da più di una fonte.

Durante tutto il periodo in cui Bob Woodward e Carl Bernstein furono impegnati nel più famoso caso di giornalismo investigativo americano, il caso Watergate, il Washington Post pretese che ogni dichiarazione attribuibile ad una fonte anonima fosse sempre confermata almeno da una seconda fonte.

Per quanto concerne le fonti, la regola generale è che le fonti vanno sempre identificate chiaramente. Non è accettabile usare fonti anonime soltanto per coprire la pigrizia di un giornalista che, con una ricerca adeguata, avrebbe potuto trovare una fonte alternativa, identificabile.

In linea di principio, negli Stati Uniti, i quotidiani ed i telegiornali più prestigiosi sono contrari all'uso di fonti anonime. In generale, si ritiene che l'uso di fonti anonime sia accettabile soltanto in quei casi in cui le notizie abbiano un'effettiva rilevanza sul benessere dei cittadini, siano di un'importanza eccezionale, e che l'identificazione della fonte potrebbe compromettere la sua capacità di fornire notizie. Nella norma, vige il principio che obbliga il giornalista ad ottenere il permesso dei suoi superiori, prima di fare qualsiasi tipo di accordo con una fonte.

Anche le principali testate americane hanno dovuto far buon viso a cattivo gioco e accettare che, a Washington, sia in vigore una prassi consolidata che regola i rapporti confidenziali tra i giornalisti e gli uomini politici, i membri dell'amministrazione, ed i pubblici ufficiali ai più alti livelli.

Le formule che regolano i rapporti tra i giornalisti americani e le fonti anonime sono chiare, conosciute da tutti, e stabiliscono quattro precise condizioni che sono: *not for attribution*, "da non attribuirsi" - si possono usare citazioni dirette, ma non si deve identificare la fonte specifica; *background*, "retroscena" - è possibile usare il senso generale delle dichiarazioni, ma non si deve fare alcuna citazione tra virgolette e non si può identificare la fonte specifica; *deep background*, "retroscena profonda" - si può adoperare soltanto il senso generale delle dichiarazioni e non è permesso dare alcuna indicazione relativa alla fonte; *off the record*, "da non pubblicarsi" - l'informazione deve servire soltanto per permettere al giornalista di capire un fatto, il contesto di un evento, e non può essere usata in un servizio.

Come si vede, nella lingua italiana, non esistono termini corrispondenti a queste diverse formule. In Italia, l'espressione *off the record* viene comunemente - ed erroneamente - usata attribuendole vari significati, tra cui: una notizia non attribuibile, o anche una comunicazione ufficiosa, non ufficiale.

Critiche al giornalismo obiettivo.

Come ha scritto Judith Lichtenberg (In Defence of Objectivity Revisited), i critici del modello del giornalismo obiettivo [N.d.A.: tra cui la stragrande maggioranza dei giornalisti italiani] *"sono soliti muovere tre obiezioni: 1) alcuni affermano che il giornalismo non è obiettivo; 2) altri che non può essere obiettivo; 3) altri ancora che non dovrebbe essere obiettivo"*.

Osserva la Lichtenberg che *"spesso un singolo critico, da solo, muove più di una di queste accuse, nonostante il fatto che nessuna coppia di accuse - comunque assortita - abbia un senso logico"*.

1) Lamentarsi del fatto che il giornalismo non sia obiettivo ha senso solo se si presume che l'obiettività sia possibile (perché lamentarsi dell'inevitabile?).

2) Insistere che il giornalismo non possa essere obiettivo rende superfluo il punto di vista che l'obiettività non sia desiderabile (a che scopo denunciare l'impossibile?).

3) L'affermazione che l'obiettività non sia desiderabile rende insensata la lamentela che il giornalismo non sia obiettivo (di cosa ci si lamenta?).

Anche se a volte può essere difficile, si può arrivare, quasi sempre, a conoscere la verità. La Lichtenberg ammette che i giornalisti possono anche avere dei pregiudizi o una visione del mondo condizionata da una determinata prospettiva culturale, e tuttavia sottolinea che possono arrivare ad agire senza farsi condizionare da questi pregiudizi, e riuscire ad apprezzare prospettive culturali e punti di vista diversi.

Prosegue la Lichtenberg, *"come virtù giornalistica l'obiettività richiede che i giornalisti non permettano ai propri preconcetti di offuscare la loro visione. Non vuol dire che essi non vedano niente, o che le loro scoperte non siano significative o controverse. Tuttavia è facile capire perché molte persone confondano l'obiettività e la neutralità. Spesso un profano non riesce a distinguere la differenza tra un giornalista che è arrivato ad una conclusione sulla base di una valutazione ponderata dell'evidenza, e un altro che tendeva pregiudizialmente a tale conclusione sin dall'inizio. Per questo, il modo più sicuro di sembrare obiettivo può essere quello di sembrare neutrali"*.

Conclude la Lichtenberg, *"Credere nell'obiettività non significa, allora, credere che chiunque sia obiettivo. Il mio scopo, tuttavia, è stato quello di dimostrare che fintanto vogliamo comprendere il mondo non possiamo riuscirci senza presumere la possibilità e il valore dell'obiettività. Che le domande che fanno i giornalisti abbiano risposte con cui le persone di buona volontà e buon senso possano, dopo un'investigazione adeguata, trovarsi d'accordo è la presupposizione che facciamo, e che dobbiamo fare, se vogliamo prendere sul serio il giornalismo"*.

Il famoso giornalista americano, Walter Lippman, illustrò in questo modo il lavoro del giornalista: *"Va bene dire che il giornalista raccoglie notizie, e che queste consistono in fatti. La verità è che nel mondo avviene un numero infinito di fatti, e che nessun giornalista può raccoglierceli tutti, che nessun giornale può stamparli tutti, e che nessuno potrebbe leggerli. Tra i fatti, dobbiamo sceglierne alcuni piuttosto che altri, e nel fare questo usiamo non solo le nostre gambe ma il nostro giudizio nel selezionare una cosa che è interessante o importante, o ambedue le cose"*.

A seconda del luogo in cui ci troviamo, o per motivi culturali, economici, o altro, le notizie possono assumere una rilevanza differente. La rilevanza - l'importanza - di uno stesso fatto può essere diversa a Roma rispetto a New York o Londra, ma ciò non vuol dire che la verità non esista. Ciò che bisogna fare è sforzarsi di fornire ai cittadini notizie che riguardino il maggior numero di persone, nel modo più obiettivo possibile.

In Italia, in molti preferiscono affermare - spesso, in malafede - che non esiste "la verità". Questa presupposta mancanza di una verità assoluta è servita a giustificare il cosiddetto "pluralismo dell'informazione". Per anni questa formuletta è stata adoperata per affermare che, in mancanza di una verità assoluta - e quindi, di un'obiettività assoluta - fosse giusto essere faziosi. In Rai, il "pluralismo dell'informazione" è servito a giustificare l'esistenza di tre Tg (e, quindi, tre versioni faziose e parziali dei fatti), necessari in realtà soltanto a proteggere gli interessi dei partiti politici e gli interessi corporativi dei giornalisti.

Per quanto riguarda la Rai, la responsabilità di una situazione tanto distorta nel campo dell'informazione ricade - salvo poche eccezioni - su tutte le forze politiche. Infatti, nel corso degli anni, le cronache degli avvenimenti nella cosiddetta azienda pubblica hanno ampiamente dimostrato che la "lottizzazione", intesa come la spartizione tra le forze politiche dei servizi d'informazione dell'azienda di stato, dava fastidio soltanto a chi ne restava escluso.

Pur autoproclamatosi da sempre forza moralizzatrice del paese, anche la sinistra italiana ha gravissime colpe, a questo riguardo. Il primo a parlare del "pluralismo dell'informazione", è stato un intellettuale di sinistra, Pier Paolo Pasolini, sul Corriere della Sera, il 29 ottobre 1975. "Quanto alla televisione, la mia proposta di radicale riforma è questa: bisogna rendere la televisione partitica e cioè, culturalmente, pluralistica. È l'unico modo perché essa perda il suo orrendo valore carismatico, la sua intollerabile ufficialità. Inoltre, i partiti - come è ben noto - si sbranano all'interno della televisione, dietro le quinte, dividendosi (finora abietamente) il potere televisivo. Si

tratterebbe dunque di codificare e di portare alla luce del sole questa situazione di fatto: rendendola così democratica. Ogni partito dovrebbe avere diritto alle sue trasmissioni in modo che ogni spettatore sarebbe chiamato a scegliere e a criticare, cioè a essere coautore, anziché essere un tapino che vede e ascolta tanto più represso quanto più adulato. Ogni partito dovrebbe avere il diritto, per esempio, al suo telegiornale, perchè il telespettatore possa scegliere le notizie, o confrontarle con le altre, cessando dunque di subirle. Inoltre direi che ogni partito dovrebbe gestire anche gli altri programmi (magari proporzionalmente alla sua rappresentanza al Parlamento). Nascerebbe una stupenda concorrenza e il livello (anche quello spettacolare) dei programmi, salirebbe di colpo. Voilà."

A questo proposito, scrive Paolo Guzzanti (Panorama, 16 luglio 1994): "E che è il pluralismo dell'informazione? E' la più grande amputazione e lobotomia che il popolo italiano abbia subito in mezzo al cervello: significa che: primo, la verità non esiste; secondo, al suo posto sta come sostituto il robottino 'pluralista': garantisce che invece di un'unica cazzata noi ve ne forniamo cinque, dieci al prezzo di una. Fatevi suggestionare, imbambolare, affascinare. Voi difendeteci, saremo il vostro incubo, ma non vi annoierete. Ecco che cosa è stato finora il sistema informativo, fino al suo apice assoluto, quello del grandioso Luna Park di Raitre, che ha prodotto un umore, un sistema di valori, una lingua, una gerarchia di sentimenti e di pregiudizi, una corrente di cultura indipendente dalla verità dei fatti, ma dipendente da un sistema di riferimenti ideologici del tutto estraneo e anzi opposto al sistema della libera formazione delle idee".

In Italia, la faziosità è sempre stata una virtù della quale molti giornalisti andavano fieri. Nell'ottobre del 1991, ad un convegno sul giornalismo televisivo organizzato dal Centro Pio Manzù di Rimini ed intitolato "L'Occhio del Grande Fratello: la televisione del 2000 fra diretta globale e manipolazione permanente," Giuliano Ferrara dichiarava che: "Il giornalismo è sempre entro certi limiti, manipolazione. Noi siamo al servizio, quando va bene, dei nostri editori. Non siamo al servizio della verità.

E' fin troppo evidente che la situazione dell'informazione nel paese è quella che è, anche perchè tanti, troppi giornalisti italiani hanno condiviso - e condividono tuttora - questa mentalità e, in cambio di molti privilegi, potere, e tanti soldi, hanno - di fatto - tradito la loro missione.

Proprio per questo, il difetto più grave della stampa italiana è la sua mancanza di credibilità. Negli ultimi vent'anni, invece di rivendicare il suo ruolo di "Quarto Potere," custodendo gelosamente la propria indipendenza, la stampa italiana è andata via via legandosi sempre di più al potere politico e economico. Per la stampa questo ha rappresentato un vero tradimento del proprio ruolo di guardiano degli altri poteri.

In base a quanto visto sin qui, possiamo riassumere nel modo seguente i doveri del buon giornalista:

I fatti vanno sempre riportati in modo obiettivo, in modo completo, con precisione, e in modo imparziale. Ogni notizia va attribuita ad una fonte, e una

prassi corretta esige che le notizie siano separate, in modo chiaro, dai commenti.

Questi sono principi universali.

Credibilità ed errori.

E' importante capire che se si vuole un'informazione onesta, credibile, non può esserci una lottizzazione "buona" ed una "cattiva". Di conseguenza, non si può dare una buona informazione al Paese, se non si elimina la lottizzazione.

In Italia, la stragrande maggioranza dei giornalisti ignora cosa sia una informazione libera e corretta. Infatti, raramente, nei telegiornali (o nei giornali) le notizie, i fatti, sono separati dalle opinioni. Inoltre, il livello di faziosità spesso è tale che i telegiornali italiani diventano esempi di *advocacy journalism*, il giornalismo schierato e di battaglia, o addirittura, di propaganda pura e semplice.

Negli Stati Uniti, dove le entrate dei media dipendono esclusivamente dalla pubblicità e dalle vendite, un giornale o una televisione può sopravvivere sul mercato soltanto se credibile. Per questo, la credibilità è un argomento da prendere estremamente sul serio per ogni testata americana.

Pochi giorni dopo l'esplosione della centrale nucleare di Cernobyl, la ABC News trasmise un video acquistata a Trieste, pensando che le riprese fossero state girate di nascosto da un dilettante nell'Unione Sovietica e poi trasportate clandestinamente in Italia. Le immagini erano molto sfocate e di pessima qualità, ma avrebbero potuto essere genuine. Comunque, non essendo disponibili in Occidente altre immagini della centrale nucleare, fu impossibile effettuare un confronto.

Il giorno seguente, distribuite sul circuito dell'Eurovisione, queste immagini furono trasmesse dai Tg Rai e, grazie alle segnalazioni di numerosi telespettatori, si scoprì che erano state girate a Trieste. Messo sotto torchio, il ragazzo che le aveva vendute agli americani ammise la truffa.

Quella sera, Peter Jennings, l'anchorman, il conduttore in studio della ABC News, aprì il telegiornale con una rettifica e, a nome del network, chiese scusa ai telespettatori per l'inganno involontario.

Nel 1981, Janet Cooke, del Washington Post vinse un premio Pulitzer per un'inchiesta su un gruppo di bambini neri, con problemi di droga, in un ghetto urbano, intitolata "Jimmy's World". Successivamente, dopo una serie di controlli, la direzione del giornale scoprì che il protagonista dell'inchiesta non era altro che un'invenzione della giornalista. Il Post chiese scusa ai lettori per averli involontariamente imbrogliati e la

Cooke fu licenziata in tronco.

Come si è visto, sebbene raramente, anche i giornalisti americani possono sbagliare. Se lo sbaglio viene commesso in buona fede, nella maggioranza dei casi, per rimediare è sufficiente correggere l'errore, facendo cura di dare il giusto rilievo alla correzione. Nel caso, invece, di errori in malafede, molto spesso il giornalista paga con la perdita del posto.

In Italia, gli errori sono molto più frequenti. Per di più, con la scusa del tempo - ma in realtà per pigrizia - i giornalisti italiani non controllano quasi mai cifre o dati, che spesso sono inventati completamente, e, dato che copiare il lavoro dei colleghi è una pratica corrente, se il primo non verifica o s'inventa una cosa, la sbagliano tutti gli altri.

E' proprio questo quello che è successo nel caso di Farouk Kassam, il bambino rapito dai banditi in Sardegna, di cui tutti i quotidiani scrissero che era parente dell'Aga Khan. Ovviamente, nessuno controllò se questo fosse vero o meno. Oltre a non essere vero, questo errore creò dei seri problemi alla famiglia Kassam, perchè i rapitori - dopo aver letto i giornali - aumentarono le loro richieste.

Lo stesso meccanismo ha generato una raffica di servizi su tutti i principali quotidiani e notiziari televisivi italiani, a proposito delle nozze tra il principe Alberto di Monaco e la top model Naomi Campbell, nel settembre del 1995. La "notizia" era apparsa originariamente sulle pagine del National Enquirer, un giornale americano che appartiene ad un genere di stampa, solitamente in vendita nei supermercati, e nota per le notizie sugli affari di cuore dei VIP e gli avvistamenti dei marziani, tutti rigorosamente inventati. E' difficile immaginare che il New York Times e la ABC News possano dedicare una simile attenzione ad una notizia apparsa soltanto sulle pagine di Cronaca Vera.

Negli ultimi anni, il caso più eclatante di questo genere di notizie totalmente inventate, è stato senz'altro la storia della fuga d'amore di una giovane donna di un paesino vicino a Foligno, scappata di casa con il padre del marito. La storia, completamente fasulla, apparve, il 21 gennaio 1996, sulle pagine della cronaca di Foligno della Nazione, e da lì rimbalzò sulle pagine dei più importanti quotidiani italiani e venne riportata anche da tutti i notiziari televisivi nazionali. Carlo Galluci, denunciò il falso di Foligno con un ampio servizio su l'Espresso, spiegò così (TV Zone, Rai 2, 12 febbraio 1996) come può avvenire una simile montatura: "Il caso di Foligno è esemplare perchè è limpido, cristallino. Non ci sono altri interessi, né politici, economici, né personali, in gioco. C'è una notizia sicuramente falsa venuta da fuori, in un piccolo centro di provincia e ripreso da tutti i giornali, in maniera auto-referenziale. Si dice molto che l'informazione in Italia è auto-referenziale, cioè fa riferimento solo a sé stessa. Allora, ne parla un giornale, ne parla anche l'altro giornale. Siccome ne parlano i giornali, i telegiornali, la televisione manda delle troupe e montano il caso. Siccome ne ha parlato la televisione, tutti i grandi quotidiani mandano l'inviato, e così la notizia diventa 'vera', e nessuno va a verificare se è vera o meno".

Ovviamente, nessuno tra i giornali ed i telegiornali che avevano riportato questa storia trovarono che fosse opportuno avvisare i propri lettori/telespettatori dell'inganno.

Evitare conflitti d'interesse.

La credibilità di un giornalista è strettamente collegata alla sua indipendenza. Nel libro precedentemente citato, Neal e Brown insistono che *"La libertà di stampa è direttamente proporzionale alla libertà degli individui che fanno parte dei media. Per questo, la prima responsabilità di ogni giornalista è di proteggere la propria indipendenza di pensiero e di azione. Non debbono avere impegni di riconoscenza nei confronti di chicchessia o essere impegnati a servire qualunque altra causa che non sia quella di riportare le notizie in modo completo, preciso, onesto ed imparziale"*.

Negli Stati Uniti la questione della credibilità riveste una tale importanza che, al fine di evitare qualsiasi tipo di conflitto d'interessi, anche potenziale o soltanto apparente, molti organi d'informazione hanno adottato dei codici di comportamento per i propri giornalisti. Addirittura, si ritiene che, al fine di salvaguardare la credibilità propria e quella della testata per cui lavorano, sia necessario che - anche nella vita privata - un giornalista ponga dei limiti al proprio impegno civile e politico. In generale, si ritiene che i doveri del giornalista vengano prima dei diritti del cittadino.

Il codice in vigore per i giornali della catena Gannett prescrive ai propri giornalisti quanto segue: *"Non puoi marciare in dimostrazioni politiche o promosse da interessi particolari; non puoi partecipare a comizi, prendere la parola in manifestazioni pubbliche, donare soldi a candidati e gruppi politici; non puoi impegnarti in attività a sostegno di una causa o di un gruppo che solleverebbero interrogativi sulla imparzialità del giornale"*. Al giornalista è consentita l'attività nella vita della sua comunità *"nella misura in cui puoi farlo senza diventare tu stesso notizia e compromettere il giornale"*, ed è consentita l'accettazione di incarichi in qualunque tipo di organizzazione, sia esso di tipo sportivo, scolastico, od altro, soltanto *"finché tali attività non si pongono in conflitto con i tuoi incarichi specifici (...)"*.

A questo proposito, è illuminante considerare il seguente brano tratto dal libro di Rodolfo Brancoli sul giornalismo americano, *Il Risveglio del Guardiano*, a proposito di giornalisti che "passano la prova," sacrificando i propri interessi personali in modo da rispettare i doveri verso i lettori.

"Anche Carol Emert del Washington Post ha 'passato la prova' nell'aprile del 1992, decidendo di non marciare in una manifestazione nella capitale a favore della libertà di scelta per l'aborto. Nell'ultima grande manifestazione precedente, nel 1989, fece scalpore Linda Greenhouse, corrispondente per il New York Times della Corte Suprema. Marcìò con decine di migliaia di altre donne, ma venne severamente criticata

dai colleghi per aver violato una delle regole prime del giornalismo americano: il dovere di evitare qualsiasi azione che sembri creare un conflitto di interesse. La Corte Suprema ha la parola decisiva sull'aborto, una questione che da anni divide aspramente la società americana. Se chi ne scrive esibisce i suoi sentimenti in una manifestazione, autorizza il sospetto di una informazione 'schierata.' Per Carol Emert, che ha spiegato 'perchè non ho marciato' con un articolo sul suo stesso giornale, il dilemma si era posto in questi termini: 'Come reporter ho il dovere di essere obiettiva, e come donna devo battermi per ciò che considero un diritto fondamentale della donna. Quale identità viene prima?'

Certo i giornalisti hanno come tutti opinioni e valori, e molti hanno scelto la professione perchè impegnati politicamente e sul terreno sociale. Dunque, perchè non marciare? 'Questa posizione da ultimo non mi ha convinto. Mentre i giornalisti e le pubblicazioni per cui lavorano nutrono inevitabilmente pregiudizi, questo non significa che si debba gettare la spugna e dire che, poiché tutti abbiamo i nostri pregiudizi, tanto vale comportarsi di conseguenza. C'è bisogno di una *mainstream press* che attribuisca valore all'obiettività e faccia qualche tentativo per conseguirla, per quanto imperfetta. Di una cosa sono certa: voglio svegliarmi al mattino e leggere articoli scritti da reporter che si sforzano di offrire un resoconto equilibrato. Se so di uno che scrive di aborto e partecipa ad una manifestazione contro, posso mettere in dubbio l'onestà del suo lavoro e il suo impegno verso il giornalismo. E identica sarebbe la reazione a posizioni invertite (...)'.

Alla vigilia della marcia il direttore del Post ricordò ai redattori che alla manifestazione potevano andarci come reporter, per riferirne sul giornale, o come osservatori restando sul marciapiede. ma non come partecipanti. Carol Emert ci andò come reporter: 'Spero che a chi mi ha letto sia rimasto il dubbio se l'autore dell'articolo sia pro o contro l'aborto'.

In Italia, al contrario, i giornalisti del servizio pubblico e delle televisioni commerciali non hanno mai capito, o hanno fatto finta di non capire, che c'è una incompatibilità tra il loro mestiere di giornalisti e il loro attivismo politico. Rimangono momenti da antologia della televisione del vecchio regime le finte interviste - spot elettorali - di Giovanni Minoli e Lorenza Foschini, giornalisti del TG2 della Rai con etichetta di socialisti DOC, al loro padrino Bettino Craxi, rispettivamente alla cassa di un supermercato, e su una panchina nel parco. Entrambi, sono tuttora in Rai.

E come dimenticare l'inviato del Tg1 Claudio Angelini che, dopo avere riportato per mesi, in modo servile, le "esternazioni" di Cossiga, si presentò in campagna elettorale come "il microfono del presidente?" Il suo comportamento non gli impedì, poi, né di rientrare al telegiornale dopo l'insuccesso elettorale, né impedì al Consiglio d'Amministrazione della Rai, guidato da Letizia Moratti, di nominarlo direttore dei giornali radio (GR). Come se ciò non fosse abbastanza sconcertante, Angelini è persino stato il direttore di una scuola di giornalismo finanziata con i soldi dell'Unione Europea.

Non si può certo citare come un esempio di correttezza professionale l'ex direttore dei Tg regionali, Piero Vigorelli che, dopo le elezioni del 27 marzo 1994, entrò

nella sede Rai di Saxra Rubra sventolando la bandiera di Forza Italia.

Secondo i canoni del giornalismo americano non si può neanche definire corretto il comportamento di Piero Badaloni che, dopo avere partecipato nella mattinata del 12 novembre 1994 insieme ad altri colleghi della Rai alla grande manifestazione contro la legge finanziaria (alla quale presero parte più di un milione di persone), fu l'autore del servizio sulla stessa che venne trasmesso dal Tg1 quella sera.

Sicuramente non è stato corretto il comportamento del vicedirettore del TG5, Lamberto Sposini, e della conduttrice del Tg2, Carmen Lasorella, che, accettarono di presentare la convention dell'Ulivo (la coalizione di centrosinistra guidata da Romano Prodi) nella primavera del 1996, durante la campagna per le elezioni generali. Lo stesso vale per Lucia Annunziata, in seguito nominata direttore del Tg3, che la sera del 21 aprile 1996, partecipò alle celebrazioni per la vittoria elettorale dell'Ulivo in piazza dei Santi Apostoli a Roma, presentandosi sul palco appena un passo dietro a Romano Prodi e Walter Veltroni.

E` giusto ricordare che anche tra i personaggi della televisione privata, vi sono alcuni personaggi come Giuliano Ferrara, Emilio Fede e Paolo Liguori, che hanno costruito le proprie carriere di giornalisti sulla faziosità, che è stato l'elemento caratterizzante dei programmi da essi diretti e condotti.

Quanto si è visto sin qui ci permette di capire che, proprio per evitare l'insorgere d'un potenziale conflitto d'interessi, un giornalista non dovrebbe mai occuparsi professionalmente di persone con cui ha un rapporto d'amicizia, o - a maggior ragione - un legame sentimentale, in quanto è legittimo presupporre che non riuscirebbe a svolgere il proprio servizio in modo obiettivo, col necessario distacco. E` ovvio che un sospetto simile costituisce una grave minaccia alla credibilità del giornalista e della sua testata.

Rimanendo in tema di credibilità, i media americani ritengono che per evitare un potenziale conflitto d'interessi tutti i giornalisti - e non solo coloro che si occupano di economia e finanza - debbano prestare grande attenzione ad ogni tipo di investimento finanziario personale e che, in genere, sia preferibile che - anche nel suo tempo libero - il giornalista non svolga nessun tipo di attività remunerata. Ovviamente, un giornalista freelance, un libero professionista, è libero di lavorare per chiunque, pur tenendo presente che la sua attività potrebbe fargli/le perdere futuri incarichi giornalistici. Negli Stati Uniti è chiaro a tutti che un giornalista che si occupi di automobilismo non può possedere azioni della General Motors e nemmeno di aziende che producono pezzi di ricambio.

In generale, i media americani preferiscono evitare qualunque azione che possa destare anche soltanto il più vago sospetto di un conflitto di interessi. Per esempio, quando in anni recenti, l'ufficio della ABC News di Roma decise di coprire l'assemblea annuale degli azionisti della Fiat, i giornalisti e la troupe vennero inviati a Torino su un volo di linea e a spese della televisione americana, nonostante vi fossero posti gratis disponibili su un volo organizzato per la stampa romana dalla Fiat. Allo stesso modo, in occasione della copertura di grossi avvenimenti sportivi, le principali testate americane

abituamente versano alle società sportive il prezzo di un biglietto per ogni loro giornalista accreditato.

In Italia, le norme di comportamento etico, il più delle volte, non vengono prese in considerazione. Lo si è visto, per esempio, nel caso del ex-direttore generale della Rai, Gianni Locatelli, che riuscì a mantenere il proprio incarico nell'azienda di stato nonostante il fatto che, al tempo in cui era il direttore del quotidiano di economia e finanza, Il Sole-24 Ore, sua moglie fosse stata implicata nello scandalo Lombardfin e nonostante che inizialmente, avesse mentito al suo giornale a proposito di tali investimenti.

E' chiaro che - se vuole mantenere la propria credibilità - un giornalista non può accettare di fare della pubblicità. A questo riguardo, non possono esserci delle eccezioni, nemmeno per la pubblicità a favore di cause sicuramente nobili (per esempio, per finanziare associazioni di volontariato, o per finanziare la raccolta di fondi necessari a ricercare le cause, o a trovare una cura, per malattie gravi), e nemmeno se il giornalista decide di devolvere i guadagni della sua attività pubblicitaria a favore di un istituto di beneficenza.

Ciò nonostante, l'elenco dei giornalisti italiani che hanno trasgredito a questa regola elementare di correttezza professionale include molti nomi noti tra cui, in ordine alfabetico: Enzo Biagi, Paolo Brosio, Maurizio Costanzo, Everardo Dalla Noce, Emilio Fede, Gad Lerner, Enrico Mentana, Cristina Parodi, e Bruno Vespa.

Particolarmente gravi, a questo proposito, gli episodi che riguardano Cristina Parodi, nota conduttrice del TG5, e Everardo Dalla Noce, noto commentatore delle notizie dalla borsa di Milano, già della Rai e successivamente approdato anch'egli al TG5.

A partire dalla fine di gennaio del 1996, la Parodi, conduttrice di uno dei più importanti notiziari nazionali, apparve per qualche tempo come *testimonial* in uno spot pubblicitario di un noto detersivo, mentre, all'inizio di luglio dello stesso anno, Dalla Noce apparve in uno spot pubblicitario della Fiat.

Di fronte alle inevitabili critiche, entrambi i giornalisti hanno palesato grande stupore. La Parodi tentò di giustificare il suo comportamento scorretto dichiarando di aver lasciato il suo Tg durante la campagna del detersivo proprio per "evitare pericolose sovrapposizioni".

Chiaramente, non aveva compreso - o preferiva far finta di ignorare - che tale comportamento la rendeva inadatta a svolgere - anche nel futuro - il suo compito di giornalista. Non solo perché i telespettatori avrebbero continuato ad associarla al prodotto anche dopo la fine della campagna pubblicitaria, ma perché ella aveva perso per sempre la sua credibilità di giornalista indipendente, in quanto resterà sempre vivo il sospetto, semmai la Parodi dovesse leggere, in futuro, una notizia riguardante la ditta produttrice del detersivo (o, magari, una notizia riguardante ditte concorrenti), che la

giornalista non sia del tutto imparziale.

E` da sottolineare come, presentando i giornalisti in uno scenario simile al loro ambiente di lavoro abituale - la Parodi appariva dietro una finta scrivania di Tg, mentre Dalla Noce appariva per strada circondato da una piccola folla di curiosi - e quindi sottolineando il loro ruolo di informatori imparziali e non di venditori, gli autori di entrambi gli spot tentavano - volutamente - di generare nei telespettatori una confusione tra notizia e messaggio promozionale. E` chiaro che accettando di apparire in questi spot impersonando sé stessi e, quindi, dando corpo a questa confusione di messaggi, i due giornalisti si rendevano complici volontari di questo inganno.

Nonostante le polemiche sollevate dai casi della Parodi e di Dalla Noce, lo stesso direttore del TG5, Enrico Mentana, si e` prestato ben due volte nel giro di un anno a fare da *testimonial* pubblicitario: la prima volta per una casa editrice, nell'autunno del 1996, e la seconda, nella primavera del 1997 (Panorama del 24 aprile 1997), in uno spot pagato dal Consiglio delle comunità ebraiche "per convincere i 35 mila ebrei che vivono in Italia (osservanti o no) (...) a destinare l'8 per mille del 740 all'Unione delle comunità ebraiche".

Ma è senz'altro più sconcertante che lo stesso Furio Colombo, che pure in Italia viene considerato un giornalista tra i più prestigiosi e, soprattutto, un fine conoscitore del giornalismo americano, non abbia egli stesso avvertito l'insostenibilità del conflitto d'interessi derivante dal fatto che, al tempo stesso in cui faceva il commentatore da New York per la Rai e per la Stampa, il giornale di proprietà della Fiat, figurava anche sul libro paga dell'azienda automobilistica torinese come presidente della Fiat USA.

E` chiaro che tutti i giornalisti italiani devono imparare ad agire con imparzialità. Questo obbligo riguarda in particolar modo i giornalisti della Rai, che, in quanto servizio pubblico, viene finanziata con i soldi dei contribuenti. Semmai si volesse mantenere in vita (o meglio ancora rifondare) la Rai, per renderla veramente imparziale - sul modello dei network americani o della BBC - questa dovrebbe essere totalmente indipendente dal governo e dai partiti. Ne consegue che l'atteggiamento di un giornalista Rai nei confronti degli amministratori pubblici o di chiunque altro, dovrebbe essere sempre, se non antagonistico, per lo meno di confronto. Ogni giornalista deve ricordarsi che in ogni situazione, in Parlamento, in tribunale, e ogni volta che effettua un'intervista, rappresenta il pubblico. Il giornalista deve rendere conto del proprio operato al pubblico, ai cittadini che pagano il canone, e non ad un partito politico o a un gruppo industriale. Solo in questo modo si può essere veramente degni di fiducia.

In realtà, pur evitando di diventare cinico, un giornalista dovrebbe sempre comportarsi come uno scettico. Le sue facoltà critiche sono la migliore difesa contro le versioni di parte. Un atteggiamento più critico e più distaccato può aiutare i giornalisti ad evitare quegli errori inevitabili quando si diventa troppo intimi o troppo amici dei potenti. Valga, come esempio, l'approccio totalmente acritico o addirittura adulatorio usato nei riguardi di Raul Gardini.

Ogni giornalista deve sforzarsi per mantenere un distacco appropriato nei confronti degli avvenimenti e delle persone che copre nei propri servizi, in modo da salvaguardare la propria indipendenza di giudizio. Questo vale anche quando possa dispiacere alle autorità governative, come la corrispondenza di un giornalista dell'agenzia inglese Reuter che definì una *token force*, "una forza puramente nominale", come in effetti era la squadriglia di cinque aerei italiani che facevano parte delle forze alleate durante la guerra del Golfo. Un'affermazione che fece perdere il lume della ragione all'allora Presidente della Repubblica, Francesco Cossiga.

E` ora che le cose cambino per i politici italiani, abituati da troppo tempo a un'informazione di parte, sempre ossequiosa e, all'occorrenza, bugiarda. Anche a Roma, come succede normalmente a Bonn, a Londra o a Parigi, il governo dovrebbe imparare ad accettare le critiche, con ovvi benefici per la democrazia in questo paese.

Perchè ciò possa accadere e` necessario che tutti i giornalisti, sia quelli che lavorano per il cosiddetto servizio pubblico che quelli che lavorano per le televisioni private, tengano bene in mente che i loro "editori di riferimento" sono gli utenti del telegiornale, pubblico o privato che sia, ovvero, tutti i cittadini italiani.

Il giornalismo come servizio pubblico.

Wickham Steed, illustre editore del Times di Londra, spiegò così il significato dell'essere giornalista: "Il giornalismo è qualcosa in più di un mestiere, qualcosa in meno di una professione, una via di mezzo tra un'arte ed il sacerdozio. Un vero giornalista è in modo non ufficiale, ma di fatto, un servitore pubblico il cui dovere è di servire la comunità".

Nel 1955, descrivendo i giornalisti americani, il presidente della Corte Suprema degli Stati Uniti, Earl Warren, espresse, in modo simile, lo stesso concetto: "Non sono pubblici ufficiali ma sono pubblici servitori. Pur non ricoprendo alcun incarico portano su di sé responsabilità altrettanto rilevanti quante quelle di coloro che occupano un pubblico ufficio e vi fanno fronte con uguale fedeltà".

Per dirlo all'americana, un giornalista deve sempre ricordarsi di agire come *the government's watchdog*, ovvero il "cane da guardia del cittadino". Purtroppo, questa traduzione non rende fedelmente il senso del detto americano in quanto, nell'originale, è detto esplicitamente che il compito del cane (la libera stampa) è di sorvegliare l'operato del governo.

Seguendo l'esempio della stampa americana, in questi ultimi anni, alcune testate italiane tra cui Il Sole - 24 Ore, la Repubblica e l'Indipendente (prima maniera) hanno elaborato dei codici di comportamento per i propri giornalisti. Alla fine di questo

capitolo, il lettore troverà il codice di etica della Society of Professional Journalists, (SPJ), l'Associazione dei Giornalisti Professionisti americani. A differenza dei codici adottati da molte testate giornalistiche e televisive americane, che tentano di indicare ai propri giornalisti delle regole di comportamento corretto per mezzo di elenchi molto lunghi ed una casistica dettagliata, questo codice si limita a fornire - in modo estremamente semplice e chiaro - una presentazione dei principi etici fondamentali.

A conferma del fatto che questi principi non sono un qualcosa di astratto e che hanno invece una diretta rilevanza con l'esercizio quotidiano della professione, la SPJ ha pubblicato un manuale, *Doing Ethics in Journalism: A Handbook With Case Studies*, che, adoperando come esempi, articoli e fotografie pubblicate dalla stampa americana, indica i problemi principali che ogni giornalista deve affrontare e insegna come fare le decisioni giuste. Secondo il manuale (vedere lo specchietto seguente), i tre principi guida fondamentali per un giornalista sono: "Cercare la verità e riferirla nel modo più completo possibile, agire in modo indipendente, minimizzare i danni".

PRINCIPI GUIDA PER IL GIORNALISTA

Ricercate la verità e riferitela nel modo più completo che sia possibile.

* Tenetevi sempre bene informati ed aggiornatevi di continuo, in modo che possiate informare, attirare l'attenzione ed educare il pubblico su questioni importanti.

* Siate onesti, corretti e coraggiosi nel raccogliere, riferire ed interpretare informazioni esatte.

* Fate sentire la voce di chi normalmente non ha modo di far sentire la propria voce.

* Obbligate chi ha il potere a rispondere delle proprie azioni.

Agite in modo indipendente.

*Ricordatevi che in democrazia la libera stampa è al servizio del pubblico.

*Ricerca e diffondete i diversi punti di vista riguardo ad una questione, senza

farvi influenzare in modo indebito da coloro che vorrebbero usare il proprio potere o la propria posizione in modo contrario all'interesse generale.

*Non aderite ad associazioni o a partiti e non partecipate ad attività che potrebbero danneggiare la vostra integrità o compromettere la vostra credibilità.

*Ricordatevi che per prendere la decisione giusta su questioni etiche sono necessari un senso di responsabilità individuale ed uno sforzo collaborativo.

Minimizzate i danni.

*Rendetevi conto degli effetti deleteri che le vostre azioni possono avere sulle persone e trattatele in modo compassionevole.

*Trattate le fonti, i soggetti dei vostri servizi, ed i colleghi come degli esseri umani degni di rispetto e non come mezzi utili soltanto per raggiungere i vostri fini giornalistici.

*Ricordatevi che raccogliere e riferire informazioni può causare inconvenienti o recare danni, e tenetelo bene in mente, in modo che ciò che fate valga veramente la pena.

PER ESSERE IN GRADO DI PRENDERE DELLE DECISIONI ETICHE CORRETTE, FATEVI LE DOMANDE GIUSTE.

1. Cosa so? Cosa ho bisogno di sapere?
2. A cosa serve, qual'è il fine giornalistico di questo servizio?
3. Quali sono le mie preoccupazioni etiche?
4. Quali sono i principi etici professionali e del mio datore di lavoro che devo seguire?
5. C'è modo di includere nel processo decisionale delle altre persone, con punti di vista e idee diverse dalle mie?
6. Chi sono le altre persone cointeressate - quelli su cui avrebbe effetto una mia decisione? Quali sono le loro motivazioni? Quali di queste sono legittime?

7. Cosa succedrebbe a ruoli invertiti? Come mi sentirei io nei panni di uno di loro?
8. Quali sono le possibili conseguenze delle mie azioni? A breve termine? A lungo termine?
9. C'è un altro modo per raggiungere il mio obiettivo di dire tutta la verità e, allo stesso tempo, ridurre le conseguenze negative?
10. Posso giustificare in modo chiaro ed inequivocabile la mia decisione? Ai miei superiori? Agli azionisti? Al pubblico?

(Questo specchietto è stato riprodotto da *Doing Ethics in Journalism: A Handbook with Case Studies*, di Jay Black, Bob Steele, Ralph Barney, pubblicato da Allyn and Bacon per la Society of Professional Journalists).

Come ha scritto Saverio Vertone, in una recensione del già citato libro di Rodolfo Brancoli (*Corriere della Sera*, 5 ottobre 1994): "Da sole le regole non bastano. Nessuna regola produrrà mai la cultura necessaria per raggiungere il grado di obiettività che può far funzionare l'informazione e quindi il Paese. Infatti non sono le norme che fanno i valori, ma valori che fanno le norme; le quali poi fissano la cultura collettiva e blindano (come possono) i comportamenti individuali (...). Da noi manca l'orizzonte dello Stato, il senso civile del destino comune, l'attaccamento al Paese che è il fondamento emotivo della democrazia ed è in fondo ciò che in America forma l'involucro protettivo dei cosiddetti valori condivisi".

Proprio perchè, in Italia, sono mancati questi valori è necessario insistere che - da ora in poi - chi voglia fare il giornalista faccia propri questi fondamenti etici. Anche perchè il principio della responsabilità individuale è uno dei principi fondamentali che assicurano il buon funzionamento di una democrazia. In nome di questo principio, è ora che ciascun giornalista italiano si assuma le proprie responsabilità. Su questo punto bisogna essere chiari ed intransigenti, e non si devono più accettare scuse o giustificazioni.

E' evidente che per raggiungere questo fine non è sufficiente redigere un codice con le regole del comportamento professionale, ma è assolutamente indispensabile che i dirigenti di ogni organo di stampa e il personale tutto facciano propria questa *ethos*, questi valori, che debbono essere apprezzati e condivisi anche dal pubblico. Ma, questo non

basta: per un buon giornalista, i principi etici esposti in questo capitolo non possono essere soltanto le regole del mestiere, devono essere regole di vita.

Non si può diventare un buon giornalista, solo per magia. Si richiedono lunghe ore di apprendistato, di dialogo con i colleghi e con i superiori, ed è sempre necessario dedicare il massimo dell'attenzione ad ogni piccolo dettaglio.

Questo è tanto più importante in un Paese dove, per troppo tempo, il pressapochismo è stato considerato virtù. Infatti, il giornalista deve fare ogni sforzo perchè il contenuto di ciascun servizio sia presentato in modo corretto, illustrando i fatti nel loro contesto, senza pregiudizi e rappresentando in modo imparziale tutti i punti di vista. Altresì è necessario abituarsi a presentare i fatti in modo completo e preciso, a controllare e a ricontrollare ogni dato, ad attribuire ogni notizia ad una fonte, e a verificare sempre le notizie.

E' bene sottolineare quest'ultimo punto. Non è sufficiente che il giornalista non falsifichi le notizie: la ricerca della verità esige che il giornalista verifichi la veridicità di ogni notizia che venga pubblicata o trasmessa.

E' improbabile che in Italia vi possa essere una democrazia sana in assenza di una informazione televisiva pubblica, e anche privata, degna di questo nome. Semmai si volesse davvero favorire un processo di maturazione democratico nel paese, deve essere possibile rivoluzionare il sistema d'informazione televisiva, liberandolo da ogni interferenza del potere politico, in modo che possa svolgere il suo ruolo di "cane da guardia del cittadino".

Society of Professional Journalists - Associazione dei Giornalisti Professionisti

Codice di Etica

Preambolo

I membri dell'Associazione dei Giornalisti Professionisti credono che un pubblico informato sia una premessa della giustizia e il fondamento della democrazia. Il dovere del giornalista è di promuovere quei fini cercando la verità e fornendo un resoconto imparziale e completo di eventi e controversie. I giornalisti coscienti di ogni tipo di media e specializzazione si sforzano di servire il pubblico con precisione e onestà. L'integrità professionale è il fondamento della credibilità di un giornalista.

I membri dell'Associazione condividono la dedizione a un comportamento etico e adottano questo codice per proclamare i principi dell'Associazione e le norme della

professione.

Ricercate la Verità e Riportatela

I giornalisti dovrebbero essere onesti, corretti e coraggiosi nel raccogliere, riportare e interpretare informazioni esatte.

I giornalisti dovrebbero:

* Verificare l'accuratezza delle informazioni provenienti da ogni fonte e prestare cura ad evitare errori dovuti alla disattenzione. Non è mai ammissibile una distorsione volontaria dei fatti.

* Ricercare con diligenza i protagonisti delle notizie per dargli l'opportunità di rispondere ad accuse di presunte infrazioni.

* Identificare le fonti ogni qualvolta sia possibile. Il pubblico ha il diritto di avere tutta l'informazione possibile riguardo all'attendibilità delle fonti.

* Interrogarsi rispetto alle intenzioni delle fonti prima di promettere l'anonimato. Rivelate le condizioni specifiche concernenti qualsiasi promessa fatta in cambio di informazioni. Mantenete le promesse.

* Accertarsi che i titoli, i *promo* dei notiziari televisivi ed il materiale promozionale, le foto, il video, l'audio, le grafiche, gli inserti sonori e le citazioni non distorcano alcunché. Non dovrebbero minimizzare o amplificare qualsiasi incidente al di fuori del contesto.

* Non stravolgere mai il contenuto di foto d'attualità o di materiale televisivo. Il ritocco di un'immagine per accrescerne la chiarezza è sempre permessibile. I montaggi fotografici e le illustrazioni fotografiche devono essere chiaramente indicati come tali.

* Evitare ricostruzioni ingannevoli o messe in scena di avvenimenti. Se fosse necessario ricorrere ad una ricostruzione per raccontare una storia, indicatelo chiaramente.

* Evitare di raccogliere informazioni sotto mentite spoglie o con altri mezzi nascosti eccetto quando metodi tradizionali palesi non permetterebbero la raccolta di informazioni di vitale interesse per il pubblico. L'uso di tali mezzi dovrebbe essere reso pubblico nel corso del servizio.

* Non plagiare mai il lavoro altrui.

* Raccontare la storia della diversità e della grandezza dell'esperienza umana con coraggio, anche quando fosse impopolare farlo.

* Sottoporre a scrutinio i propri valori culturali ed evitare di imporre questi valori sugli altri.

* Evitare gli stereotipi riguardo alla razza, al sesso, all'età, alla religione, l'etnia, la provenienza geografica, alle preferenze sessuali, ai disabili, all'aspetto fisico o lo status sociale.

* Sostenere lo scambio in libertà delle idee, anche di quelle idee che trovano ripugnanti.

* Dare voce a coloro che normalmente non hanno modo di far sentire la loro voce; fonti d'informazioni ufficiali e non ufficiali possono essere ugualmente validi.

* Distinguere il giornalismo schierato dal vero giornalismo. Le analisi ed i commenti dovrebbero essere indicati come tali e non dovrebbero falsificare i fatti o il contesto.

* Distinguere l'informazione dalla pubblicità ed evitare ibridi che confondano le distinzioni tra i due generi.

* Riconoscere un obbligo particolare di assicurare che gli affari del pubblico siano condotti in pubblico e che gli atti pubblici siano aperti all'ispezione del pubblico.

Minimizzate i danni

I giornalisti che osservano i principi etici trattano le fonti, i soggetti dei servizi ed i colleghi come essere umani meritevoli di rispetto.

I giornalisti dovrebbero:

* Mostrare compassione per coloro che potrebbero subire degli inconvenienti per effetto delle notizie. Usare una sensibilità particolare quando si ha a che fare con i bambini e fonti o soggetti inesperti.

* Usare compassione quando ricercate o usate interviste o fotografie di persone colpite da una disgrazia o dal dolore.

* Riconoscere che raccogliere e riportare informazioni può causare sofferenza o dolore. La ricerca delle notizie non è una licenza per l'arroganza.

* Riconoscere che gli individui privati hanno un maggiore diritto a controllare le informazioni che li riguardano rispetto ai pubblici ufficiali e altri che ricercano il potere, che vogliono far valere la propria autorità o ricercano l'attenzione. Soltanto la necessità assoluta di salvaguardare il benessere del pubblico può giustificare l'invasione della

privacy di un qualsiasi individuo.

- * Mostrare buon gusto. Evitare di incoraggiare una curiosità morbosa.

- * Dimostrare cautela nell'identificare giovani sospettati di attività criminali o vittime di crimini sessuali.

- * Dimostrare giudizio nel nominare persone sospette di attività criminali prima che siano state accusate formalmente.

- * Bilanciare il diritto ad un equo processo di una persona sospettata di un crimine con il diritto ad essere informati del pubblico.

Agite in modo indipendente

I giornalisti dovrebbero essere liberi da qualsiasi impegno che sia in contrasto con il diritto dei cittadini di conoscere la verità.

I giornalisti dovrebbero:

- * Evitare conflitti d'interesse, reali o apparenti.

- * Evitare coinvolgimenti in associazioni o attività che possono compromettere la loro integrità o danneggiare la loro credibilità.

- * Rifiutare regali, favori, pagamenti, viaggi gratuiti e trattamenti di favore, e evitare impieghi secondari che potrebbero compromettere la loro integrità giornalistica.

- * Rivelare conflitti d'interesse non evitabili.

- * Essere vigili e coraggiosi nell'obbligare chi detiene il potere a rispondere delle proprie azioni.

- * Rifiutare un trattamento di favore agli inserzionisti e a gruppi di pressione e resistere i loro tentativi di influenzare la copertura delle notizie.

- * Non fidarsi di coloro che offrono informazioni in cambio di favori o denaro, evitare di partecipare ad aste per le notizie.

Rendere conto del proprio operato

I giornalisti devono rendere conto del proprio operato ai lettori, agli ascoltatori, ai telespettatori, e ai colleghi.

I giornalisti dovrebbero:

* Chiarire e spiegare le modalità di scelta e copertura delle notizie e incoraggiare il dialogo con il pubblico riguardo alla condotta della stampa.

* Incoraggiare il pubblico a far sentire le proprie lagnanze nei confronti della stampa.

* Ammettere gli errori e correggerli tempestivamente.

* Mettete il pubblico al corrente di consuetudini che siano in contrasto con i principi etici di giornalisti e dei news media.

* Attenersi agli stessi standard elevati che ritengano siano validi per gli altri.

Il primo Codice di Etica della Sygma Delta Chi fu preso in prestito dalla American Society of Newspaper Editors nel 1926. Nel 1976 la Sygma Delta Chi scrisse un proprio codice, che fu rivisto nel 1984 e nel 1987.

Questa versione del Codice di Etica della Società dei Giornalisti Professionisti è stata adottata nel Settembre del 1996.