



PONTIFICIA UNIVERSITÀ DELLA SANTA CROCE - FACOLTÀ DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

PERSPECTIVES ON COMMUNICATION

NOVEMBER 2005

Obiettività, imparzialità, neutralità e verità nell'informazione giornalistica

Norberto González Gaitano

Facoltà di Comunicazione Istituzionale

Pontificia Università della Santa Croce

C'è un consenso unanime tra i giornalisti, fra i diversi codici professionali e anche fra gli accademici sull'obbligo di veracità che spetta ai giornalisti.

Il problema si pone quando si tratta di andare sul concreto, sul vissuto giornalistico di ogni giorno. Si adoperano "versioni" e regole pratiche per informare con verità: ecco che nacque così il concetto più "operativo" di *obiettività*. L'obiettività come regola deontologica giornalistica è venuta a definire il giornalismo anglosassone e, per estensione, anche quello europeo per ben cento anni: "Se il giornalismo americano fosse una religione, come è stato chiamato di volta in volta, la sua suprema dea sarebbe l'obiettività", afferma Mindich¹. Oggi questa regola aurea si trova alle prese col revisionismo: nel 1996 fu tolta dal Codice di Etica della Società dei Giornalisti Professionisti degli USA e persino la *Columbia Journalism Review* si è azzardato a criticarla, come *Problemi dell'informazione* ben prende nota nei suoi numeri precedenti². Qualcuno con certa cattiveria, nel ironizzare sulla ostinata permanenza dell'obiettività nel giornalismo, ci ha ricordato che "nessun male dura cento anni".

Pare doveroso rivedere non tanto la genesi storica della regola, cosa già fatta da altri, ma la sua impalcatura dottrinale. Tale sarà il proposito del mio breve saggio.

¹ MINDICH, David T.Z. *Just the Facts : How "Objectivity" Came to Define American Journalism*. New York University Press, 1998.

² La rivista, oltre a riprodurre l'articolo di Brent CUNNINGHAM, *Rethinking Objectivity*, ha riproposto il dibattito nel contesto italiano: *Ripensare l'obiettività*, in "Problemi dell'informazione", 4/2003., pp. 415-451.

Ci sono due “regole d'oro” nella professione che hanno avuto una lunga storia di consenso, e dal 1972 in poi una storia di polemica, purtroppo quasi solo accademica. Le regole sono:

a) “I fatti sono sacri, le opinioni sono libere” (*facts are sacred, opinions are free*)³.

b) Ogni informazione, ogni notizia, per meritare tale nome, deve rispondere ai seguenti quesiti: *who, what, where, when, how*.

La prima frase è un fatto oppure un'opinione? Non c'è dubbio che venga considerata come "fatto", anzi come qualcosa di sacro, quasi un dogma professionale inviolabile. Se formulassimo la frase contraria –“I fatti non sono sacri, le opinioni non sono libere”–, sarebbe valida quanto la prima, poiché se “le opinioni sono libere”... Quindi, ci troviamo dinanzi ad un'affermazione che rifiuta se stessa, che si contraddice. Rimaniamo nel buio sul significato, sul valore della sentenza. Occorre però qualcosa di più per mostrare la contraddizione della massima; bisogna aggiungere che non è soltanto sbagliata, ma anche falsa. E una tale impresa ci rinvia alla distinzione epistemologica tipica del positivismo “facts/values”, “fatti/giudizi di valore”.

Questa massima ha ispirato anche una distinzione di generi giornalistici: “stories” e “comments” (generi informativo e generi interpretativo). Qualcosa di vero nella distinzione c'è e consiste nella diversità stilistica e anche di “genere” fra la narrazione e l'argomentazione. Si può commentare però con una narrazione, anzi alle volte le sequenze delle narrazioni non sono altro che parti di un'argomentazione. Qual è l'epistemologia soggiacente alla distinzione *facts* e *values*? Per un approfondimento sul significato e sulle implicazioni di questa distinzione epistemologica nel giornalismo mi richiamo in particolare all'opera più nota di MacIntyre, *After virtue*, e a Gaitano⁴.

Un esempio di come questa distinzione epistemologica abbia permeato le spiegazioni accademiche abituali sull'operato dei giornalisti e anche i codici deontologici la troviamo nell'ultima Risoluzione del Consiglio d'Europa relativa all'etica del giornalismo (n. 1003, 1 luglio 1993):

“Il principio di base di ogni riflessione morale sul giornalismo deve partire dalla chiara distinzione fra notizie e opinioni, prevenendo ogni possibile confusione. Le notizie sono informazioni, fatti e dati, e le opinioni sono espressione di pensiero, di idee, di convincimenti o giudizi di valore da parte dei mezzi di comunicazione sociale, degli editori o dei giornalisti”⁵.

³ La frase, del chimico diventato giornalista, C.P. Scott, apparve per la prima volta sul *Manchester Guardian* il 26.05.1926.

⁴ Norberto GONZÁLEZ GAITANO. *La interpretación y la narración periodísticas. Un estudio y tres casos: Croacia, drogas, mujer*. Eunsa, Pamplona, 1998, pp. 13-41. Alasdair MCINTYRE, *After Virtue. A Study in Moral Theory*, University of Notre Dame Press, Indiana, 1984.; trad. it. *Dopo la virtù. Saggio di teoria morale*, Feltrinelli, Milano, 1988, pp. 17-51, 101-134. Vedere anche Gianfranco BETTETINI e Armando FUMAGALLI. *Quel che resta dei media. Idee per un'etica della comunicazione*. Angeli, Milano, 1998, pp. 38-44.

⁵ Risoluzione dell'Assemblea del Consiglio d'Europa n. 1003, 1 luglio 1993, relativa all'etica del giornalismo, n.3. I testi aggiuntivi dei numeri 4 e 5 abbondano di più nella confusione epistemologica che sottostà al codice: “Le notizie devono essere diffuse rispettando il principio di veridicità, dopo aver costituito oggetto di verifica di rigore, e devono essere esposte, descritte e presentate con imparzialità (...) L'espressione di opinioni può consistere in riflessioni o commenti su idee generali o riferirsi a commenti su informazioni in rapporto ad avvenimenti concreti”. Qualcosa però non “regge” in questa chiara separazione “operativa” del redattore del

Secondo tale affermazione, le opinioni non sono informative, non ci informano, il che contraddice l'esperienza comune: spesso si trova più informazione in un commento che in un "servizio" informativo. Non c'è bisogno di sottolineare il fatto che ci troviamo di fronte all'abituale confusione fra l'informazione tale e quale e i modi in cui si presenta, vale a dire fra l'informazione e le versioni testuali in cui appare. Sappiamo bene che la notizia è una delle possibili *versioni testuali* dell'informazione (Núñez Ladeveze, 1990). Ci possono essere notizie false, non possiamo mai parlare di un'informazione falsa. Se andiamo a prendere l'aereo fiduciosi e inconsapevoli di un'informazione sbagliata, falsa anche se non menzognera perché non c'è stata cattiva intenzione, veramente non siamo stati informati di nulla. Certo ci è stato *comunicato* qualcosa, appunto un errore, o una bugia se fosse intenzionale. Infatti avremmo perso l'aereo e andremmo probabilmente all'ufficio informazioni a protestare o per lo meno per notificare l'errore del servizio⁶.

Passiamo alla regola d'oro delle 5 W's: *Chi, come, quando, dove, cosa* (il *perché*, secondo gli *standards* giornalistici si usa soltanto quando si vuole approfondire). Le risposte alle prime quattro domande non pongono, di solito, speciali problemi di ordine morale, non mettono particolarmente in gioco l'obiettività. La risposta al "what", invece, si dimostra più problematica: *cosa* è successo? Se si parla di rialzi o cadute in borsa, non è particolarmente difficile. Se si intende invece riportare azioni umane –argomento più frequente sui giornali– allora la questione si complica: c'è stato un incidente oppure un omicidio?

Un giornale sostenuto dai terroristi titolerebbe un massacro commesso dai terroristi:

“DUE POLIZIOTTI SONO STATI GIUSTIZIATI”.

Un giornale onesto direbbe:

“DUE CARABINIERI SONO STATI ASSASSINATI”

testo normativo ed egli ne è confusamente conscio, poiché aggiunge di seguito: “Nonostante l'espressione di opinioni sia soggettiva e non possa né debba pretenderne la veridicità, è tuttavia possibile richiedere che l'espressione di opinioni sia effettuata in base a esposizioni leali e corrette dal punto di vista etico”. Allora, assunto apoditticamente il “dogma” della separazione fra fatti e giudizi di valore, non si vede come si possano invocare “correttezze etiche” vincolanti, che comunque, sul solco della argomentazione sviluppata, dovrebbero appartenere al regno soggettivo, e quindi non verificabile, delle opinioni. Difatti, di seguito lo stesso redattore riconosce implicitamente l'impossibilità reale di separare fatti e giudizi di valore: “le opinioni sotto forma di commento su avvenimenti o azioni riguardanti persone o istituzioni non devono tendere a negare o nascondere la realtà dei fatti o dei dati” (n. 6). Come a dire, un giudizio, una valutazione può essere la conclusione logica e giusta di alcuni fatti. Uno che ha tolto ad un altro una proprietà legittima, che commette frode, che non paga le tasse, ecc. si può chiamare con tutto il rigore dei fatti, un ladro. Un conto diverso diviene quello di provarlo in aula davanti al giudice, e mentre no ci sia la irrefutabilità della prova, si può parlare soltanto di incolpato, accusato e così via.

⁶ Sulla verità come costitutivo essenziale dell'informazione e la distinzione fra informazione e comunicazione, mi richiamo a Luka BRAJNOVIC, *El ámbito científico de la información*, Eunsa, Pamplona, 1979. E sulla validità di questa distinzione che può, a sua volta, trovarsi in Aristotele con una formulazione differente, vedere Antonio VILARNOVO CAAMAÑO, *Sobre el tema lenguaje e información*, in “La responsabilidad pública del periodista”, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, Pamplona, 1982, pp. 439-447, oppure dello stesso autore e F. J. SÁNCHEZ SÁNCHEZ, *Discurso, tipos de texto y comunicación*, Eunsa, Pamplona, 1994. Si può trovare anche in COSERIU una spiegazione simile: vid. *Información y Literatura*, in “Comunicación y Sociedad”, vol. 3, 1990, pp. 185-200.

Cosa direbbe un'informazione reputata "obiettiva"? "Due membri delle Forze dell'Ordine -ordine secondo lo Stato, dell'oppressione secondo gli autori degli spari- sono scomparsi dal mondo dei vivi ad opera dei membri del Fronte Rivoluzionario, come loro stessi si autodenominano"?

Pensiamo ad altri esempi: "assassinio" o "vendetta"?, "interruzione volontaria della gravidanza" (IVG) o "aborto"?,...

L'obiettività, così intesa, cioè come semplice *anonimato* dell'autore, un nascondersi dietro l'impersonalità del narratore, altro non è che un surrogato della verità.

Non si può restare neutrale raccontando cosa è accaduto quando si tratta di azioni umane; c'è sempre una valutazione, un giudizio. E il giudizio può essere conforme alla verità oppure no. Rinunciare a valutare non è rinunciare a schierarsi, anzi è la rinuncia a pensare e ad informare con verità, cioè appunto informare: "Dobbiamo tenere conto del fatto che *fa parte* del compito del giornalista una certa *interpretazione* dei fatti descritti (...) Per interpretazione non si intende un'arbitraria e capricciosa modellazione del fatto secondo categorie esterne, forzate o astrattamente ideologiche" (Bettetini e Fumagalli, 1998, p. 30).

Si può ironizzare sul paradosso dell'obiettività così intesa. L'esempio è stato ripreso da Ettema e Glasser⁷, che studiano le strategie narrative retoriche in tre casi di giornalismo di inchiesta vincitori dei premi. Uno di questi, *City Council: The Spoils of Power*, è stato pubblicato sul "Chicago Tribune". Nel primo di una serie di articoli sull'inefficienza e la corruzione dei consiglieri comunali di Chicago, i giornalisti ammettono che il cinismo radicato nei cittadini di Chicago nei confronti dell'amministrazione comunale è ben meritato. Nel tentativo di riassumere le ragioni di un tale atteggiamento i giornalisti si avvalgono di un confronto comune:

"Il 17 settembre del 1985, mentre il Comune di Chicago si preparava al completo per le sessioni della Finanziaria annuale (preventivo), il consigliere Edward Burke (14th), capo del comitato delle Finanze, avvertiva che la città aveva un buco di 50 milioni di dollari. Tredici giorni dopo, il consigliere Patrick Huels (11th) inviò la sua segretaria a Magash Avenue (negoziato di rifornimenti di ufficio) per comprare del materiale per il comitato delle licenze. La segretaria tornò con cinque cornici di quadri e due sets di penne e matite, compreso un set Cross da scrivania, grigio onice in oro di 10 carati. Il conto per i contribuenti era di 326,29 \$".

L'amara ironia della contrapposizione è fin troppo ovvia e divertente. Nel seguente paragrafo, i giornalisti girano il coltello nella piaga:

"Fra quella data e la fine dell'anno, il comitato di Huel, con un preventivo di 107.044 \$ di fondi pubblici, si è riunito soltanto due volte e non approvò nessuna legislazione, anche se undici regolamenti erano pendenti... Gli acquisti del comitato di Huel rappresentano un esempio tipico di come i 5,3 milioni di dollari dei contribuenti stanziati per i diversi comitati comunali vengano spesi dai consiglieri che presiedono i comitati".

⁷ James S. ETTEMA e Theodore L. GLASSER (1994). *The Irony in -and of- Journalism: A Case Study in the Moral Language of Liberal Democracy*, in "Journal of Communication", 44 (2), pp. 5-28.

Le sferzate sono rivolte allo spreco che i comitati fanno del denaro loro attribuito:

“Sembra che Burke fosse ignaro delle sue stesse predizioni circa le terribili difficoltà finanziarie, che si sono dimostrate esagerate. Ad esempio, egli ha utilizzato un fondo di emergenza per pagare 6.000 \$ di onorari agli avvocati che lo difendevano da un'accusa di diffamazione, ha autorizzato il suo comitato al pagamento di 471,34 \$ per il soggiorno del suo corpo di guardia nell'albergo di lusso Mayfair Regent a New York...”

Vediamo quindi come dall'uso strategico della semplice giustapposizione di fatti -il deficit di 5 milioni di dollari nel preventivo comunale insieme alla spesa di qualche centinaio di dollari in rifornimenti per l'ufficio e l'anticipato fallimento finanziario del comune, "proved exaggerated"- i giornalisti formulino un giudizio che stronca. L'ironia, nel giornalismo, offre un'ironia sul giornalismo, giacché trasfigura, trasforma le convenzioni sull'obiettività in modo che i meccanismi testuali per assicurare le differenze fra fatti e valori diventano il mezzo per esprimere la sua inesorabile unità.

Per concludere il discorso contro la cosiddetta obiettività, vorrei riportare alcune recenti testimonianze di autori americani (proprio negli USA è nata questa applicazione della distinzione epistemologica facts/values):

Jay Rosen, direttore di “Public Life and the Press” e leader del “giornalismo pubblico”, affermava: “Il giornalista non è obiettivo, non può esserlo, e non deve ambire ad esserlo. I media hanno una maniera di raccontare gli eventi che, in se stessa, non può essere asettica. Inoltre, nell'altare dell'obiettività, il giornalista elude le sue responsabilità”⁸. Proprio per questo, c'è chi parla di obiettività perfino come patologia. Christians sostiene a ragione che “l'obiettività non è solo impossibile, non è nemmeno desiderabile. Non si può separare il fatto dal valore, l'osservazione distaccata è irraggiungibile. L'obiettività è uno oxymoron”⁹.

Anzi, il presunto ideale di obiettività spesso offusca la verità, quando non la oscura: “l'obiettività come mera presentazione dei due versanti di un tema distorce l'importanza di ognuno di essi”¹⁰. La regola della “fairness” del lavoro giornalistico è stata considerata come un assioma per il giornalismo anglosassone di qualità, specie quello americano. Tuttavia, come faceva notare Montanelli, si tratta di una mera tecnica per far credere al lettore che siamo obiettivi, e consiste nel distacco dinanzi a ciò che si scrive, ed è una tecnica che si impara facilmente. “Gli americani e gli inglesi -aggiungeva Montanelli- sanno molto bene rendere un'apparenza di obiettività ai loro reportage, poiché non dicono mai “è accaduto questo o quello”. Precisano sempre: “secondo questa o quella fonte..”, e di seguito citano le fonti che convengono loro, per difendere le loro tesi, perché essi hanno sempre una tesi”¹¹.

⁸ Cit. in María José CANEL e Santiago FERNÁNDEZ-CUBIEDA, *Cómo sobrevivir a una campaña electoral demasiado larga* in “Nuestro Tiempo”, nov. 1995, n. 497, p. 74.

⁹ CHRISTIANS, Clifford; FERRÉ, John P. e FACKLER, P. Mark, *Good News. Social Ethics and the Press*. Oxford University Press, 1993, p. 118.

¹⁰ Wesley G. PIPPERT, *An Ethics for the Press. A Reporter's Search for Truth*, Georgetown University Press, Washington, 1989, p. 5.

¹¹ Intervista apparsa sul giornale spagnolo ABC, 30.3.97, p. 12.

IMPARZIALITÀ, NEUTRALITÀ O “SEMPLICE” VERITÀ?

Neutralità: comporta e significa indifferenza verso i valori. Tutti i valori sono uguali. La conseguenza logica consegue immediatamente; ossia, nessuno è un vero valore, il che comporta l'affermazione di uno di essi, la negazione dunque di tutti; dottrina che potremmo chiamare giustamente nichilismo. La conclusione è ovvia: non si può mai essere neutrali.

Quando si fa riferimento all'obiettività intesa così, come pura *fairness*, allora si parla in realtà di neutralità assiologica. È per questo che Galdón preferisce parlare di *obiettivismo*, come dovrebbe essere chiamato tale distorsione del termine obiettività. Obiettività è un termine comune nel linguaggio quotidiano, il cui significato altro non è che equanimità di giudizio, derivato da uno sguardo aperto alla realtà, uno sguardo che non trascura nessun dato a priori, anche quelli che possono non piacere. Galdón ha studiato fino in fondo gli effetti disinformativi dell'obiettivismo¹², che non sviluppo ora in questa sede.

Vorrei comunque fare una precisazione sul valore prudenziale della “fairness” nelle controversie. Finché non c'è riscontro della verità di una delle parti, è prudente offrire ad entrambe la possibilità di dare la loro versione, ma più come “clausola di stile etico”, per così dire, che non come garanzia automatica di obiettività, cioè di veridicità. Invocare tale clausola, a volte, può risultare l'unica via di espressione della parte della verità. Va dunque sfruttata in un ufficio stampa, per esempio, quando non ci sia altra strada per cercare di fare chiarezza. Senza confonderla però con l'onestà. Ed è proprio qui che si collega un secondo concetto relazionato agli altri due: il concetto di imparzialità.

Imparzialità: Il termine deriva dall'amministrazione della giustizia; è la condizione del giudice, chi impartisce la giustizia al di sopra delle parti. Si tratta allora di un pre-requisito per l'amministrazione della giustizia, una garanzia che può consentire di raggiungerla. Il giudice però alla fine si pronuncia sulla pretesa che ritiene giusta, quella che appartiene a una delle parti.

Da lì prende il suo valore la virtù soggettiva dell'imparzialità, dell'essere equilibrato, equanime. Imparziale si può essere o diventare, anzi, per cercare la verità occorre anche essere e mostrarsi imparziali.

In conclusione, l'obiettivismo va rifiutato decisamente, l'obiettività va ripristinata nel suo significato. Quest'ultima non è altro che una richiesta d'obbligo dell'onesta ricerca della verità. Il problema con questo termine è che si è caricato talmente tanto di un significato peggiorativo, come meccanismo di routine dell'attività giornalistica¹³, che non vi si può più riconoscere il suo vero significato e conseguente valore: “Nel dare delle notizie, l'obiettività è diventata sempre più contesa, anche se rimarrà “trincerata”, aggrappata nei processi ordinari di produzione e disseminazione delle notizie, finché si formuli una missione alternativa più convincente per la stampa”¹⁴.

¹² Vedere in particolare le pp. 27-69 del suo libro *Desinformación. Aspectos, métodos y soluciones*. Eunsa, Pamplona, 1994.

¹³ Gaye TUCHMAN, *Making News. A Study in the Construction of Reality*, MacMillan Publishing Co., New York, 1978.

¹⁴ C. CHRISTIANS, cit, p. 118.

Forse bisogna tornare a parlare semplicemente di verità, senza addizioni, senza aggettivi, verità con la “v” minuscola, ossia quelle verità particolari del giornalismo, che sono quelle della vita comune e che non sono lontane, anzi affondano le loro radici nella verità filosofica, teorica e pratica, nella verità artistica ed anche nella verità di fede.

Questa semplice verità giornalistica ha alcune caratteristiche e alcune difficoltà.

Tra le prime:

1. Non si identifica con la mera precisione (*accuracy*). Fatti accurati possono talvolta fuorviare e ingannare.

2. È semplice e chiara, accessibile a tutti.

3. È liberatrice, cioè forma cittadini emancipati. Richiede perciò il liberarsi dai pregiudizi e dagli stereotipi.

4. Dona fiducia e sicurezza, provoca certezza.

5. Svelatrice (senso originale del *aletheia* greco), cioè è illuminante.

6. Da il cuore, il nocciolo dell'assunto: nella campagna elettorale di Jimmy Carter, fin allora uno sconosciuto, un giornalista capì che sarebbe potuto arrivare alla Casa Bianca. Allora disse: “Quest'uomo può diventare presidente. Dobbiamo caratterizzarlo al popolo americano”.

Si potrebbero aggiungere altre note, che rimandano ad altrettante virtù intellettuali e morali del giornalista. Esulerebbero da questa sede, perciò mi richiamo a Galdón López nel libro sopra menzionato¹⁵.

Ci sono anche delle *difficoltà* che ostacolano la verità; ad esempio:

Esterne:

- istituzionali e individuali
- censura e privacy
- disinformazione
- filtrazioni a scopo fuorviante
- potere politico ed economico

Interne:

- mancanza di formazione
- scarsa documentazione
- pregiudizi
- paure verso i potenti
- imprudenza e eccesso di fiducia nel proprio giudizio,
- voglia di essere gradito e di non chiudere le fonti

¹⁵ GALDÓN LÓPEZ, cit.

-cliché o stereotipi (“si commenta, secondo fonti autorevoli...”, come copertura del proprio giudizio).

Osserviamo, dunque, che la verità, anche la “piccola” e concreta verità giornalistica è sempre una scoperta che impegna non solo il giudizio, ma coinvolge interamente la persona. Raggiungere quella “sostanziale adeguatezza di tipo retorico-narrativo al fatto”, che definisce l’obiettività secondo Fumagalli e Bettetini (p. 38), va ben oltre una mera strategia testuale.

(Una versione più ridotta del testo è stata pubblicata da “Problemi dell’informazione”, a. XXIX, n. 3, settembre 2004, pp.405-413, con il titolo: *Obiettiva, imparziale, neutrale e veritiera. L’informazione giornalistica tra modello e realtà*)