

Dennis Redmont

Codice etico o autoregolazione?

Il giornalismo deve conciliare la libertà di informazione con le nuove esigenze di sicurezza e lotta al terrorismo. Non è facile: i media tradizionali stanno perdendo credibilità e potere. I nodi etici della responsabilità professionale e le varie soluzioni attuate nel mondo. Servirebbe, alla fine, un "Club di Roma" informale, che affronti senza reticenze le questioni etiche create dal nuovo intreccio tra sicurezza e informazione istantanea.

Dall'11 settembre in poi, il problema di come "trattare" l'informazione sugli attentati terroristici è diventato cruciale. La domanda si pone più o meno in questi termini: è meglio mostrare tutto (in omaggio alla libertà di informazione), respingendo qualsiasi tentativo di censura o di autocensura? O il terrorismo va contrastato anche evi-

Dennis Redmont, già direttore di Associated Press per l'Italia e il Mediterraneo, è attualmente dirigente del Consiglio per le Relazioni tra Italia e Stati Uniti e docente di media internazionali alla scuola di giornalismo della RAI di Perugia e all'Università di Trieste/Gorizia.

tando di amplificarne l'impatto, e quindi non trasmettendo scene di sangue e di distruzione? Ogni paese, con i suoi media e le sue autorità, ha dato risposte diverse.

L'AUTOLIMITAZIONE AMERICANA E I DIVERSI STILI EUROPEI. La reazione mediatica all'11 settembre è stata in effetti incerta. In tutto il mondo, televisioni e siti web hanno trasmesso in

tempo reale gli attacchi terroristici contro il World Trade Center. Le immagini della Torre Nord, pochi istanti dopo l'impatto del volo di linea American Airlines 11, sono state mostrate in diretta a un pubblico globale di circa un miliardo di spettatori. Le riprese video sono state trasmesse in tempo reale nelle case dei telespettatori, in un modo che non si era mai verificato prima. Il pubblico televisivo e i navigatori del Web si sono sentiti testimoni.

Ma alcuni operatori dell'informazione, passate le prime ore, hanno criticato l'uso del materiale visivo. Come Stephen Claypole, ex redattore capo della BBC e fondatore di APTN, che durante la conferenza di Barcellona organizzata da Newsworld ha definito "pornografica" la continua riproposizione delle sequenze che mostravano l'impatto degli aerei contro le torri e il crollo di quest'ultime. Naturalmente, le immagini delle persone che saltavano nel vuoto, sapendo di andare incontro alla morte, hanno sconvolto l'America. A gettarsi dalla finestra sono state almeno 200 persone, secondo *USA Today*, che ha quindi deciso – in sintonia con la maggior parte dei quotidiani e dei periodici – di pubblicare una sola foto, e poi basta. È stato il gesto più responsabile dell'intera vicenda dell'11 settembre.

Se quindi gli USA hanno adottato nei fatti una parziale autoregolamentazione, in Europa l'autoregolamentazione dei canali d'informazione è stata minima nel caso dell'11 settembre: i network hanno trasmesso il materiale video senza pensarci due volte.

In occasione del convegno di Newsworld del novembre 2001, Adrian Van Klaveren, responsabile delle informazioni per la BBC, ha affermato che bisognava cominciare a distinguere tra la trasmissione di immagini sconvolgenti di persone moribonde in

150 apertura del notiziario e la trasmissione delle stesse immagini, ma nell'ambito di un servizio "dedicato" e dopo un attento editing.

In genere, i servizi sul terrorismo trasmessi negli Stati Uniti e nel Regno Unito sono stati più equilibrati. Nel resto dei paesi europei, in alcuni casi le decisioni cruciali sono state prese privilegiando la libertà di stampa e il dovere di portare immediatamente a conoscenza del pubblico gli eventi. Sensibilità diverse tra le due sponde dell'Atlantico, quindi, in parte dipendenti dal fatto che l'11 settembre non ha colpito l'Europa sul suo territorio.

Le cose tuttavia sono cambiate dopo i due attentati terroristici consumati sul suolo europeo: l'11 marzo 2004 a Madrid e il 7 luglio 2005 a Londra. È interessante notare, tuttavia, che i media inglesi e spagnoli hanno affrontato gli attentati in modo assai diverso, a conferma del fatto che ancora non esiste un approccio comune europeo in materia di trasmissione di immagini sconvolgenti. Le reti spagnole hanno mandato in onda filmati crudi e raccapriccianti. Alcuni spettatori hanno visto e riconosciuto i propri parenti in televisione, tra i morti e i feriti degli attentati. Questa scelta si spiega non soltanto con una diversa interpretazione dell'etica del giornalismo, ma anche, forse, con la particolare cultura visiva della Spagna in materia di rappresentazione della morte e della distruzione. I dipinti di Goya, Zurbaràn e Ribera illustrano le atrocità dei conflitti e il mondo ispanico pullula di statue religiose che trasudano sangue.

La sera del 7 luglio 2005, invece, gli spettatori di tutto il mondo hanno cercato invano le immagini degli attentati nella metropolitana di Londra. Nessuna ripresa sconvolgente, nessun dettaglio di carrozze accartocciate, niente cadaveri, niente sangue. Incredibilmente, era difficile perfino trovare scene di disperazione o di gente in lacrime. E ciò perché i media inglesi, il ministero dell'Interno e i vertici della polizia del paese hanno deciso collegialmente di non mostrare immagini scioccanti.



151

Nonostante l'esempio inglese, resta che non è possibile bloccare realmente la diffusione di tutte le immagini di un disastro. Per produrre contenuti mediatici, e soprattutto immagini di eventi storici, non è più necessario, infatti, essere giornalisti professionisti: nei paesi occidentali (e anche altrove) tutti possiedono macchine fotografiche digitali, cellulari con videocamera e un'infinità di altri congegni in grado di scattare foto. La parola d'ordine è "pro-sume" (produrre/consumare) individualmente.

IL CASO DELLE VIGNETTE SU MAOMETTO. Ma è stata la controversia sulla pubblicazione delle vignette su Maometto a confermare la distanza transatlantica sul rapporto media-terrorismo. Dopo il 30 settembre 2005, giorno della loro pubblicazione sul giornale danese *Jyllands-Posten*, decine di quotidiani di altri paesi ne hanno seguito l'esempio. In Europa, almeno 70 giornali di Norvegia, Olanda, Francia, Germania, Italia e Spagna hanno deciso di pubblicare, tutte o in parte, le vignette in questione, suscitando l'indignazione dei musulmani che le giudicavano blasfeme e

producendo proteste di massa nel mondo islamico. La stampa americana e britannica, così come quella canadese e australiana, hanno affrontato il dilemma in modo diverso. Quotidiani illustri, come il *New York Times* e *The Guardian*, ed emittenti d'informazione come CNN e BBC, hanno compiuto una scelta unanime di non pubblicazione, che è stata ripetutamente spiegata in numerosi editoriali. Le immagini potevano provocare reazioni violente da parte delle comunità musulmane, quindi era giusto non pubblicarle, mentre illustrarne il contesto poteva essere un modo di prendere atto con rispetto delle differenti sensibilità culturali e religiose. La tesi avanzata, in sostanza, è che i media devono tenere conto del pubblico internazionale a cui si rivolgono, anche se si tratta di media "nazionali". I disordini davanti alle ambasciate danesi a Damasco e a Beirut, le proteste in Afghanistan e in Pakistan e le dimostrazioni contro il consolato italiano a Bengasi, hanno confermato questa scelta: hanno mostrato chiaramente, cioè, le conseguenze di scelte editoriali impulsive.

152 L'ERRORE DI NEWSWEEK. L'esigenza di definire alcuni criteri di autoregolamentazione, naturalmente, non riguarda esclusivamente l'Europa. Il numero di *Newsweek* del 9 maggio 2005 ha provocato gravi incidenti in Afghanistan e in Pakistan, nel corso dei quali hanno trovato la morte 16 persone. Il settimanale aveva scritto, riportando una fonte anonima, che durante i brutali interrogatori dei prigionieri nella base di Guantanamo copie del Corano erano state gettate nelle latrine. Nel preparare il servizio, il settimanale si era rivolto alle autorità americane, ma il Pentagono non aveva voluto anticipare alcun commento in materia. E tuttavia, il redattore di *Newsweek*, Mark Whitaker, aveva deciso di pubblicare comunque una storia che – tradotta e trasmessa da numerose emittenti arabe – ha dato il via a varie manifestazioni di violenza. La fonte in un secondo momento ha ritrattato le sue dichiarazioni. In questo caso, sono stati disattesi gli standard giornalistici (in base a cui eventuali notizie vanno comprovate da fonti certe) e, soprattutto, sono state sottovalutate le conseguenze della pubblicazione di una notizia del genere. Il che conferma, una volta di più, l'importanza che i media, nell'era della globalizzazione delle informazioni, siano consapevoli degli effetti delle loro azioni.

L'INFORMAZIONE SENSIBILE. Cerchiamo adesso di risalire, dai casi specifici, al problema generale. Nell'era del terrorismo globale, l'informazione "sensibile" assume un'importanza cruciale ai fini della tutela della sicurezza nazionale. Il giornalismo, quale contropotere, ha il problema di conciliare la libertà di in-

dagare e informare con le preoccupazioni di sicurezza nazionale. Come garante delle libertà civili, la stampa è tenuta a pubblicare tutto ciò che riguarda l'interesse pubblico. Ma ha anche la responsabilità di collaborare con i ministeri della Difesa per preservare la rete d'*intelligence* che ha il compito di prevenire il terrorismo. Il che è tutt'altro che facile.

Il *New York Times*, per esempio, ha deciso di assumere un atteggiamento più aggressivo nelle inchieste sull'abrogazione di alcuni diritti civili in America. Il 16 dicembre 2005, un articolo di prima pagina sul programma segreto di intercettazioni telefoniche operato dalla National Security Agency ha provocato un braccio di ferro tra i media e l'amministrazione Bush. Nell'articolo si leggeva che il presidente aveva segretamente autorizzato l'Agenzia a intercettare, senza mandato, le telefonate di cittadini americani con interlocutori esteri. La decisione di rendere nota la vicenda era stata rinviata per un anno, in attesa di ulteriori verifiche da parte del quotidiano e di tentativi di "scendere a patti" con le esigenze di sicurezza interna. Il 5 dicembre 2005, il direttore del quotidiano Bill Keller, l'editore Arthur Sulzberger Jr. e il responsabile dell'ufficio di Washington Philip Taubman avevano incontrato il presidente Bush nell'Ufficio ovale per un incontro informale, durante il quale la Casa Bianca aveva chiesto a Keller di non pubblicare la storia. Un articolo del genere – questa la tesi dell'amministrazione – avrebbe potuto rivelare ai terroristi informazioni cruciali sul programma di spionaggio interno. Ma alla fine Keller decideva per la pubblicazione, omettendo solo alcune informazioni che secondo l'amministrazione avrebbero potuto essere particolarmente utili ai terroristi.

“La domanda non è perché dovevamo pubblicarlo, ma perché no”, è stato il commento finale di Bill Keller. La maggioranza dei media ha condiviso questa impostazione, parlando di deriva autoritaria dell'amministrazione Bush. Oggi il *New York Times* corre però il rischio di subire un procedimento giudiziario per avere ricevuto e pubblicato informazioni riservate e segretate. Per il dipartimento di Giustizia, infatti, il comportamento di Bill Keller costituisce una violazione dell'articolo 798 della legge sullo Spionaggio del 1917. Lo stesso vale per gli articoli del *Washington Post* sulle prigioni segrete e sulle attività della CIA in vari paesi d'Europa. I rapporti già tesi tra media e governo americano verrebbero naturalmente esasperati da un'azione legale del dipartimento della Giustizia. “Non so fino a che punto i fatti faranno seguito alle parole, ma ci sono momenti in cui si direbbe che l'amministrazione abbia dichiarato guerra in casa propria agli stessi valori che sostiene di voler promuovere all'estero”, ha dichiarato Keller al *Washington Post*.

LA PERDITA DI CONTROLLO. Non meno semplici, d'altra parte, i rapporti fra media e opinione pubblica. La verità, infatti, è che i giornalisti stanno perdendo il potere e il controllo esclusivo su ciò che il pubblico sa. Sono i cittadini, oggi, ad assumere un ruolo sempre più attivo, in qualità di "assemblatori", cronisti e perfino creatori delle loro stesse notizie. I giornalisti devono quindi tentare di ridefinire il proprio ruolo, individuando i valori di fondo in difesa dei quali intendono dare battaglia. È un'esigenza cruciale, ma di cui hanno cominciato a rendersi conto in ritardo.

A dire il vero, è difficile considerare i blog quali fonti di "investigazione e informazione" in senso classico; ma per essere onesti va detto che sono sempre meno i giornalisti che svolgono effettivamente un lavoro del genere. Nel 1990, per dare un esempio a livello locale, il *Philadelphia Inquirer* aveva 46 cronisti che seguivano le vicende cittadine. Oggi, grazie ai tagli editoriali, ne sono rimasti 24.

È probabile: i cittadini diventeranno gradualmente i protagonisti dell'informazione. E non c'è dubbio che ciò contribuirà ad allargare la discussione pubblica. Ci sono già molti casi: alcuni soldati che aprono un blog a Baghdad; gli studenti di un college americano che producono un programma radiofonico sulla guerra, con tanto di interviste a cittadini iracheni; oppure i giovani del Minnesota che si improvvisano radiocronisti delle loro città. Ma una trasformazione del genere avrà probabilmente anche un effetto perverso: consentirà a istituzioni potenti di muoversi con più facilità al coperto. In altri termini: la tecnologia democratica, che dà voce ai cittadini, aiuta anche i gruppi d'interesse, dissimulando i propri obiettivi, a influenzare o talvolta a cancellare l'informazione destinata del pubblico. L'affermazione dei "media democratici" potrebbe perfino segnare la fine di quel controllo sul potere un tempo esercitato a tempo pieno dai veri professionisti.

Si direbbe che gli idealisti della libertà di stampa abbiano praticamente perso. I pesanti cambiamenti intervenuti nel 2005, specie nel giornalismo stampato, hanno inferto un duro colpo alla battaglia per un giornalismo schierato in difesa dell'interesse pubblico. "Oggi, chi parla di fiducia del pubblico viene liquidato come ostruzionista e romantico", questo il commento del redattore di un importante quotidiano americano, riportato da uno studio sui media che si è protratto per ben due anni. Lo studio *The State of the News Media 2006: An Annual Report on American Journalism*, curato dal Project for Excellence in Journalism della Columbia University, aggiunge che le forze disposte a manipolare la stampa e l'opinione pubblica stanno acquistando sempre più potere sui giornalisti – che dovrebbero in realtà indagare e informare su di esse.

LO SCETTICISMO DEL PUBBLICO. Sorprendono poco, di conseguenza, le conclusioni del rapporto: la credibilità dei media agli occhi dell'opinione pubblica sta scendendo ai livelli più bassi mai toccati. La motivazione di questo declino starebbe anche in una sorta di "corto circuito" relativo alle motivazioni. I giornalisti si considerano al servizio del pubblico; ma il pubblico li accusa di essere bugiardi o d'ingannare se stessi. Una conferma ulteriore di questo scetticismo deriva da un sondaggio (2005) del Pew Research Center for the People and the Press: il 75% degli americani – secondo le conclusioni – crede che le istituzioni dell'informazione si preoccupino soprattutto di "attirare quanto più pubblico possibile", mentre solo il 19% ritiene che la loro principale preoccupazione sia di "informare il pubblico". È in crescita anche la percentuale di cittadini convinti che le critiche della stampa alle forze armate indeboliscano la difesa dell'America, quota che nel 2005 ha raggiunto il valore più alto (47%) dal 1985 (all'epoca era il 31%).

Resta che il 60% degli americani continua a ritenere che una stampa critica "impedisca ai leader di fare cose che non vanno fatte". L'idea che la stampa sia un utile *watch-dog* dei politici è anzi in aumento (nel 2001 e nel 2003 la percentuale era il 54%).

In breve, a partire dai primi anni Ottanta gli americani hanno cominciato a giudicare i media meno professionali, meno precisi, meno attenti e meno morali – anche se potenzialmente ancora utili.

Una spiegazione credibile dei motivi per cui il concetto di giornalismo nell'interesse pubblico ha subito una simile caduta di fiducia è stata avanzata da Polk Laffoon IV, portavoce della catena di quotidiani Knight Ridder, che ha dichiarato: "Mi piacerebbe molto che esistesse un rapporto identificabile e forte tra giornalismo di qualità... e vendite di quotidiani. Ma non è così semplice".

LA SQUADRA DI REAZIONE RAPIDA. Come si è appena visto, alcuni recenti scandali hanno gettato gravi ombre sulla credibilità di media americani peraltro prestigiosi, pregiudicando la fiducia dei lettori in un giornalismo onesto e obiettivo. Non solo: grazie a internet, accade ormai sempre più spesso che investigatori e cronisti dilettanti rivelino errori o bugie dei colleghi professionisti. Di qui la nascita di varie iniziative. Nel suo *The News Blog*, Steve Gilliard illustra la sua modesta proposta: "Ritengo che sia un'idea non soltanto buona, ma ottima, marcare da vicino i giornalisti, controllandoli parola per parola, trasmissione per trasmissione, e rendere noti i risultati *online*. E ciò, non in nome di una qualche campagna o causa, ma per controllare questo servizio allo stesso modo in cui controlliamo gli altri".

Dan Gillmor, guru del giornalismo “di base”, pone il problema in questi termini: “Mi piace l’idea che la gente controlli ciò che dico e mi corregga se sbaglio. Ma se l’idea è creare un gruppo organizzato di Squadre della Verità, devo confessare che non mi trovo d’accordo”. Le squadre della verità, infatti, più che fare luce su un tema potrebbero gettare benzina sul fuoco, trasformando la verifica in un vivace dibattito politico. Un’altra iniziativa singolare è quella realizzata dai sostenitori del democratico americano Howard Dean (ex candidato alle presidenziali del 2004). La blogosfera a lui dedicata ha recentemente creato una “squadra di reazione rapida”, la cosiddetta Dean Defense Forces (DDF): un indirizzario e-mail di sostenitori sfegatati, che reagiscono immediatamente con messaggi elettronici, lettere al direttore, incursioni nel blog e chiamate telefoniche contro chiunque esprima sentimenti anti-Dean. “Quando lo attaccano, noi rispondiamo”, spiega l’organizzatore delle DDF, Matthew Singer, ventenne studente del Montana, che a Dean aveva già dedicato un sito, *Left in the West*. L’idea delle DDF è buona, ma ha i suoi limiti: una rete di sostegno per un candidato sarà sistematicamente liquidata dai media come faziosa e partigiana, a prescindere dalla validità delle opinioni espresse.

156 Negli Stati Uniti, la Society for Professional Journalists – la principale associazione dei giornalisti professionisti – ha formulato una serie di criteri più formali, raccolti in un codice etico che enuncia i principi a cui si ispira l’Associazione stessa e indica nell’integrità professionale il fondamento della credibilità di un giornalista. I membri dell’Associazione condividono la scelta etica e adottano i criteri previsti dal codice, che è volontariamente accettato da migliaia di scrittori, redattori e altri professionisti dell’informazione.

L’OMBUDSMAN DELL’INFORMAZIONE. Sempre guardando al problema di come ricostruire la fiducia del lettore, fra le soluzioni adottate c’è quella dell’*ombudsman*: un redattore *super partes* che vigila sulla veridicità degli articoli ed esamina le proteste dei lettori, difendendo e rafforzando l’integrità del giornale. Esiste un’organizzazione internazionale di *ombudsmen* dell’informazione, fondata nel 1980 e senza fini di lucro, che mantiene contatti con i garanti dei lettori in tutto il mondo. In linea di massima, gli *ombudsmen* dell’informazione sono i caporedattori del quotidiano o della rete televisiva su cui vigilano. Ma devono essere schierati dalla parte dei lettori; sono tenuti a spiegare al pubblico il processo con cui si raccolgono le informazioni e a sostenerne richieste e interessi. L’indipendenza del ruolo e il rispetto delle sue condizioni di riferimento sono garantiti da contratti a termine.

In Europa, i sistemi di autovigilanza differiscono da un paese all'altro: quasi tutte le testate hanno una sorta di *ombudsman* interno. In Germania e in Italia (due quotidiani italiani hanno istituito la figura di "difensore dei lettori" al loro interno: *Il Messaggero* dal 1986, e *La Repubblica* dal 1990) i pochi tentativi in questo senso non sono stati né sistematici né efficaci.

In Giappone, il quotidiano *Asahi Shimbun* istituì nel lontano 1922 un comitato incaricato di esaminare i reclami dei lettori e condurre le indagini del caso. Negli Stati Uniti, il primo *ombudsman* della stampa è stato creato nel 1967 da *The Courier-Journal* e da *The Louisville Times*. La figura del "difensore dei lettori" è più diffusa negli Stati Uniti che in Europa, anche se in Svezia la stampa si è autoregolamentata tramite l'Ombudsman della Stampa istituito nel 1969.

Anche in Francia questo sistema dà buoni risultati e la rete pubblica, France Télévision, ha due figure del genere: il *médiateur de la rédaction* e il *médiateur des programmes*. I lettori che vogliono ottenere informazioni o esprimere opinioni e proteste possono rivolgersi all'*ombudsman*. Nel 1997 il *Guardian* è stato il primo quotidiano inglese a creare un'interfaccia con i lettori: Ian Mayes, che è anche il presidente dell'Organizzazione degli Ombudsmen della Stampa, cura una rubrica intitolata "Porta aperta", che quotidianamente pubblica rettifiche o scuse. "È la sola forma di autoregolamentazione che riesca a creare fiducia", ha dichiarato Mayes in una recente intervista. "Il sistema funziona solo se la gente si rende conto che è applicato sul serio e non è una pura operazione di facciata". L'indipendenza del "difensore dei lettori" è garantita dalla proprietà del giornale, la Scott Trust. Decisione analoghe a quella del *Guardian* sono state prese dall'*Observer*, l'*Independent on Sunday* e il *Daily Mirror*.

157

FRA TENSIONE E COMPROMESSO. Bisognerà comunque pensare all'adozione di un codice etico che regolamenti specificamente l'informazione sul terrorismo e sulle crisi mondiali, e non soltanto la prassi giornalistica corrente².

Negli Stati Uniti, la Radio and Television News Director Association and Foundation (RTNDA) ha creato un'ampia gamma di strumenti per aiutare i giornalisti a coprire la guerra, il terrorismo e le questioni attinenti alla sicurezza nazionale. Oltre ai codici etici dei singoli network, la RTNDA ha stabilito alcuni criteri guida sull'uso delle registrazioni, sulla scelta degli esperti da intervistare, sul livello d'influenza che l'informazione può avere sull'opinione pubblica e anche sul suo impatto sui gruppi terroristici. Ma i direttori dei vari network televisivi avvertono che stabilire criteri gui-

da, da adottare rispetto a casi specifici, è molto difficile, anche perché aumenterà il potere delle “gerarchie” editoriali rispetto a quello dei singoli giornalisti.

Secondo Stephen Hess e Marvin Kalb, che nel 2003 hanno scritto un libro dal titolo *The media and the war on terrorism*³, sono inevitabili oscillazioni fra tensioni e compromesso. Gli autori citano due commenti illuminanti, rilasciati rispettivamente da un giornalista e dal dipartimento della Difesa americano, che definiscono questo conflitto costante.

La giornalista Karen DeYoung, condirettore del *Washington Post*, ha dichiarato: “È un compromesso in piena regola. È un compromesso tra la nostra tesi che più informazioni abbiamo più siamo in grado di raccontare la verità in tutti i suoi aspetti, e la loro convinzione (del dipartimento della Difesa) che per controllare l’informazione occorre limitarla e incanalarla attraverso un’unica fonte. A volte siamo noi a perdere, a volte sono loro. Per fortuna, alla fine, siamo tutti vincitori; ma si può dire che esistano realmente ‘obiettivi comuni’?”.

158

Victoria Clarke, portavoce dell’esercito e probabilmente la principale artefice della strategia dell’*embedding* dei giornalisti varata dal Pentagono per la guerra in Iraq, spiega: “È nel mio interesse che gli americani abbiano su questa guerra quante più notizie e informazioni corrette sia possibile. Se li teniamo informati, se forniamo loro gli elementi necessari, rimarranno al nostro fianco”. Quindi, rivolta ai giornalisti: “Il vostro compito è informare. Tocca a voi ottenere notizie e informazioni. Ciò significa che abbiamo obiettivi comuni. E che esiste una sana tensione tra noi. Qual è il giusto livello, quale l’informazione corretta? È probabile che ci siano errori e interpretazioni diverse da entrambe le parti, ma personalmente ritengo che si tratti di una tensione più che sana”.

Conclude lo studio prima citato: “Compromesso e sana tensione: sono queste le parole chiave che meglio definiscono il tipo di rapporto che dovrebbe esserci tra governo e media nella guerra al terrore”.

IL DA-NOTICE SYSTEM INGLESE. Assai interessante, ai fini del caso terrorismo, è un altro “strumento” adottato da decenni nel Regno Unito: il cosiddetto DA-Notice System. Si tratta di un “codice volontario che fornisce criteri guida ai media inglesi per quanto riguarda la pubblicazione o la trasmissione di informazioni relative alla sicurezza nazionale. Il controllo del sistema è garantito dal Defence Press and Broadcasting Advisory Committee (DPBAC), un organismo congiunto governo-media che approva e aggiorna i DA-Notices e ne controlla l’attuazione”⁴.

Il DPBAC, composto da alti funzionari pubblici e redattori di quotidiani nazionali e regionali, periodici, agenzie di stampa, televisione e radio, opera nella comune convinzione che un sistema di guida e di consultazione (com'è appunto il DA-Notice System) sia assolutamente necessario, e che il sistema funzioni nel modo migliore su una base volontaria. Il DA-Notice System prevede, in linea generale, che tutte le informazioni altamente riservate relative a questioni sensibili non possano essere pubblicate o divulgate senza previa consultazione. A questo scopo, il DPBAC emette delle circolari che individuano tali questioni. Le cinque aree attualmente segnalate dal DA-Notice System sono:

- operazioni, piani e capacità militari;
- armi nucleari e convenzionali ed equipaggiamenti militari;
- codici cifrati e comunicazioni protette;
- impianti sensibili e indirizzi privati;
- servizi di sicurezza e d'*intelligence* e servizi speciali del Regno Unito.

Le informazioni che rientrano in queste categorie possono potenzialmente compromettere la sicurezza nazionale, essere utili alla strategia del terrore e pregiudicare le operazioni di sicurezza e d'*intelligence*, sia passate che presenti e future.

159

A concepire il sistema, nel 1912, furono il ministero della Marina militare, il ministero della Guerra e varie associazioni di stampa. La revisione più recente risale al maggio del 2000, con l'adeguamento del sistema al nuovo livello di rischi che minacciano sia lo Stato sia i singoli cittadini. Il sistema attuale dei DA-Notices si rivolge a redattori, produttori, editori ed esponenti a vario titolo del mondo dei media, fermo restando che il rispetto dei suoi criteri guida non solleva i redattori dalle loro responsabilità nel quadro dell'Official Secrets Act.

Oltre ad aver adottato il DA-Notice System per quanto riguarda le informazioni relative alla sicurezza nazionale, la BBC ha potenziato il sistema di autoregolamentazione interno con una serie di criteri guida editoriali⁵ approvati dal consiglio di amministrazione e costantemente monitorati dal dipartimento per la politica editoriale interna.

L'articolo 11 di questi criteri editoriali regola i servizi sulla guerra, sul terrorismo e sulle emergenze. La credibilità e l'imparzialità d'analisi della rete devono essere garantite, ma allo stesso tempo si sottolinea che l'informazione deve tenere conto delle emozioni e delle paure del pubblico. I redattori sono tenuti a rivolgersi al responsabile della vigilanza sulla politica editoriale e al servizio consulenza legale, nei casi in cui temano di violare la legge sul Terrorismo (2000), intervistando un individuo o un'organizzazione responsabili di atti di terrore o trasmettendo materiale regi-

strato che contenga minacce all'indirizzo di cittadini britannici. Ai sensi della legge sul Terrorismo, i giornalisti sono tenuti a rivelare alla polizia le eventuali informazioni sensibili relative alla sicurezza nazionale di cui siano entrati in possesso, allo scopo di prevenire atti di terrorismo o di assicurare l'arresto di chiunque sia coinvolto nella preparazione o nell'esecuzione degli atti in questione. I giornalisti che violano la legge rischiano una pena detentiva fino a 5 anni. Nel caso in cui il network ricevesse un allarme bomba, la legge impone ai dipendenti della BBC di non rivelare codici o altri dati di sicurezza. Di norma, non è consentito neppure riferire minacce contro individui o identificare possibili obiettivi senza autorizzazione, né citare le aziende che lavorano per le forze armate.

I giornalisti devono fare il possibile per non fornire facile pubblicità a pirati dell'aria e sequestratori. Poche regole ma stringenti: mai intervistare in diretta il colpevole di un crimine e mai trasmettere in diretta eventuali video. La decisione di mandare o meno in onda le registrazioni spetta ai dirigenti dell'emittente. Vicende sensibili dall'esito incerto (come l'assedio di una scuola) devono essere trasmesse in differita.

160 UNA COSCIENZA CRITICA INTERNAZIONALE. Sul fronte europeo, nel giugno 2005 l'Assemblea parlamentare del Consiglio d'Europa ha affrontato il tema dei servizi mediatici sugli atti di terrorismo. Il Consiglio, che rappresenta 46 paesi europei, ha voluto lanciare un monito, denunciando l'uso che i terroristi fanno della tecnologia dell'informazione per diffondere le loro registrazioni audiovisive e i messaggi elettronici o per realizzare nuovi siti sul Web, avvertendo che la strategia del terrorismo "impone agli Stati e ai media di reagire di conseguenza".

L'intera Europa, di fatto, ha cominciato a interrogarsi sul ruolo dei media quali possibili amplificatori degli attentati terroristici. Il testo adottato dal Consiglio d'Europa sottolinea la necessità di evitare servizi sensazionalistici sul terrorismo e invita i professionisti del settore a "sviluppare, tramite le loro organizzazioni professionali, un codice di condotta rivolto a giornalisti, fotografi e redattori che seguono attentati e minacce terroristiche, in modo da informare il pubblico senza concorrere indebitamente ad accrescere l'impatto del terrore".

L'accordo potrebbe essere trovato in un codice di condotta per giornalisti che regolamenti anche l'uso di foto o immagini sconvolgenti, lesive della dignità umana e tali da amplificare l'impatto del terrorismo. L'Assemblea parlamentare ha anche chiesto al Comitato dei ministri del Consiglio d'Europa di monitorare la copertura mediatica e di predisporre un manuale per i giornalisti, sotto la guida e in stretta collaborazio-

ne con i professionisti del settore. A livello europeo, la proposta è di fissare criteri editoriali etici su base nazionale, purché i media ne accettino l'attuazione. Le raccomandazioni del Consiglio d'Europa e della Commissione europea non hanno, infatti, carattere vincolante.

Tuttavia, durante l'incontro annuale dell'IFEX (International Freedom of Expression Exchange) svoltosi il 20 febbraio 2006, il vicepresidente italiano della Commissione europea, Franco Frattini, facendo riferimento alla Comunicazione della Commissione del settembre 2005, ha ribadito che la diffusione di determinati messaggi opera di organizzazioni terroristiche rischia di avere un impatto specialmente sui giovani. Frattini ha poi chiarito la posizione della Commissione in merito al codice di condotta: "La Commissione europea non ha mai progettato, né progetta per il futuro, una sorta di regolamentazione a livello UE, né d'altra parte esistono basi giuridiche per procedere in tal senso". E anche se la diffusione delle famigerate vignette su Maometto avrebbe richiesto una riflessione sulle responsabilità dei media, Frattini ha negato la necessità di un nuovo codice sovranazionale, sostenendo che gli attuali codici volontari a livello nazionale sono più che sufficienti.

In ultima istanza, tutte queste varie forme di autoregolamentazione – codici etici, associazioni della stampa, *ombudsmen* – che tendono a rafforzare la responsabilità dei media e a garantire una maggiore trasparenza delle istituzioni, potrebbero giovare di una qualche forma di coscienza critica internazionale.

Nessuno auspica qui l'intervento dei Caschi Blu o di arbitri mediatici espressi da un nocciolo duro di stampa politicamente corretta. E nessuno rimpiange i tempi bui in cui a patrocinare un "nuovo ordine mondiale dell'informazione" erano i paesi non allineati. Al contrario, forse è giunto il momento di pensare a un "Club di Roma" informale, che periodicamente affronti senza reticenze gli abusi e le questioni etiche create dal nuovo intreccio tra sicurezza e informazione istantanea. Un gruppo del genere potrebbe comprendere una dozzina di saggi – donne e uomini – dotati di autorità morale e di comprovata esperienza. Dovrebbero essere tutti professionisti dei media, capaci di un automonitoraggio vigile e distaccato: ex redattori dell'*Economist*, redattori specializzati in argomenti religiosi o scientifici, direttori di giornali, *anchor-men* televisivi o produttori di internet.

Il gruppo non dovrebbe necessariamente raggiungere sempre l'unanimità, né essere finanziato da un'unica fonte, ma lavorare assieme al di là delle appartenenze nazionali, etniche, religiose e multimediali. Il tutto senza sovrapporsi ad altre voci e senza godere di poteri vincolanti.

Eppure, anche limitandosi a farsi sentire periodicamente, ma “alzando la voce” di fronte agli eccessi o agli scivoloni della stampa o del governo, il gruppo guadagnerebbe una sua autorevolezza e innescherebbe dibattiti intelligenti, al riparo dalle due tendenze – un’aggressiva militanza o viceversa la censura – che oggi dominano il Web, le trasmissioni radiofoniche e la carta stampata.

¹ www.guardian.co.uk.

² L’International Journalists’ Network – il network internazionale dei giornalisti – elenca circa 100 codici etici adottati nei vari paesi del mondo (www.ijn.net.org).

³ Stephen Hess e Marvin Kalb, *The media and the war on terrorism*, Brookings Institution Press, 2003.

⁴ www.dnotice.org.uk.

⁵ www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines.

