



PERCHÈ UNA NUOVA CARTA DEI DOVERI DEL GIORNALISTA DEGLI UFFICI STAMPA

L'ufficio stampa fa ormai parte integrante del panorama informativo, ne rappresenta anzi uno degli aspetti che marcano il cambiamento qualitativo della professione giornalistica avvenuto negli ultimi anni, sottolineato soprattutto dall'ingresso delle tecnologie informatiche e dal web. Ma proprio questa marcata presenza muove a sottolineare alcune contraddizioni, relative alla credibilità e alla "oggettività" delle informazioni fornite, che ancora agitano le coscienze professionali di chi negli uffici stampa opera. È un tarlo che lavora da sempre, che ha contribuito a far considerare per molto tempo quelli che d'ora in poi definiremo i "giornalisti degli uffici stampa" professionisti di serie B se non C, e a chiuderli dentro gli angusti confini della definizione, superata, di "addetto stampa".

L'addetto stampa, una professionalità in crescita - Non può e non deve essere taciuto che esistevano, e in parte esistono tuttora in particolare per quanto riguarda il settore privato, motivi autentici per giustificare la diffidenza del redattore di un organo di informazione nei confronti di quanto prodotto da un ufficio stampa. Con altrettanta onestà va però considerato lo sforzo prodotto particolarmente negli ultimi quindici anni per far crescere la professionalità dei giornalisti impegnati negli uffici stampa e la consapevolezza del ruolo da loro svolto; in una parola, lo sviluppo della coscienza deontologica e della responsabilità verso il proprio target, della propria autonomia professionale. Molti sono i fattori che hanno contribuito a questa crescita: normativi, la non certo dimenticata legge 150/2000, come le prime applicazioni del CNLG, ma anche l'osmosi creatasi nel sistema informativo, a causa del progressivo restringersi della base occupazionale nelle redazioni più "tradizionali". E quindi lo scambio di posizioni tra situazioni di lavoro diverse, con conseguente maggiore conoscenza, e rispetto, dei diversi meccanismi professionali. Al contempo, va sottolineata la crescente presa di coscienza sul rispetto della deontologia e dell'etica professionale.

Gli uffici stampa, pubblici e privati - Qui si aprono due versanti: il pubblico e il privato. In questo secondo caso, l'universo resta opaco; troppo scarsa risulta la conoscenza dei meccanismi, i dubbi sulla consistenza del confine tra informazione e comunicazione (richiamando categorie così come sono esplicitate proprio nella legge 150) per potersi avventurare in sicure considerazioni sul rispetto deontologico. L'ufficio stampa del settore privato resta una sfida sindacale e ordinistica cui si dovrà iniziare a fornire qualche risposta certa, iniziando dall'attivazione di strumenti conoscitivi del fenomeno, che allo stato attuale sembrano del tutto da creare.

Per gli uffici stampa pubblici, è ormai chiaro il loro ruolo di fonte primaria per facilitare lo scambio informativo tra istituzione e cittadino. Entro quest'area di scambio, si esplica il ruolo giornalistico di garante del rispetto del diritto-dovere di informare da parte dell'istituzione, e di essere informato da parte del cittadino per il comune obiettivo di trasparenza e conoscenza dei meccanismi amministrativi. L'avvenuto riconoscimento dell'autonomia e della correttezza professionale devono trovare il loro compimento di garanzia in un percorso contrattuale che non può fermarsi alla limitata applicazione del contratto nazionale giornalistico da parte di qualche amministrazione regionale, ma nell'integrale applicazione della legge 150 e nelle sue previsioni di appositi spazi contrattuali nell'ambito del pubblico impiego. E al contempo in una oculata politica di controllo da parte ordinistica a garanzia dell'etica e della deontologia professionale nello svolgimento del ruolo informativo a favore dei cittadini, come dell'aggiornamento professionale dei colleghi impegnati in

questo tipo di attività.

L'Osservatorio e la carta deontologica - Gli Stati generali degli uffici stampa, organizzati a Roma dall'Ordine nazionale dei giornalisti, grazie anche all'impegno del Gruppo uffici stampa del Consiglio nazionale, e dalla Fnsi il 29 gennaio scorso, hanno consentito un confronto che ha permesso di individuare la possibilità di un percorso comune tra Ordine e Federazione sindacale per un'azione sul territorio, attraverso esperienze pilota su vertenze per l'applicazione della legge 150/2000. Inoltre si dovrà lavorare al progetto di un Osservatorio sullo stato degli uffici stampa (numero degli addetti, applicazioni contrattuali, uso della normativa negli enti pubblici per concorsi e assunzioni ...) per ottenere e mantenere una mappa aggiornata. Infine l'elaborazione – a integrazione di quella già esistente – di una carta deontologica degli uffici stampa, utile a completare le regole professionali e a fare da punto di riferimento per i colleghi nello svolgimento del loro lavoro.

Quest'ultimo obiettivo è stato raggiunto con il documento allegato a questa nota, grazie al forte contributo portato dalla Commissione giuridica del Consiglio nazionale e al costante rapporto di collaborazione con il vicepresidente nazionale dell'Ordine. Ora dovremo lavorare tutti insieme per costruire un risultato positivo anche riguardo agli altri progetti individuati.

*I Consiglieri nazionali del
Gruppo Uffici Stampa del Cnog*