



[Home](#) > [Uncategorized](#)

Intervista a Giancarlo Bosetti "L'obiettività valore assoluto della professione" di Paola Pastacaldi

Sab, 01/01/2005 - 17:32 da odg

GIORNALISMO E DINTORNI. Conversazione con il direttore del mensile **Reset** fondato nel '93 da una trentina di intellettuali, filosofi, sociologi ed economisti.

"L'obiettività era una minaccia per i conservatori. Da destra e da sinistra è stata massacrata come una fanfaluca, una bugia. Questo ha avuto conseguenze molto negative. Ha compromesso un principio fondamentale per il lavoro giornalistico".

"La pubblicità televisiva rischia di strangolare i giornali. Impedisce anche la sperimentazione di nuovi mezzi di informazione".

«L'obiettività? Una parola che aveva un significato speciale, particolare. Si chiamava obiettività, ma aveva allora un altro significato». Esordisce così Giancarlo Bosetti interrogato sul vecchio dibattito sull'obiettività che si fece a fine Anni Settanta sull'Espresso con Umberto Eco, Piero Ottone e Mario Morcellini. Giancarlo

Bosetti ha fondato nel '93, con una trentina di intellettuali, filosofi (tra i quali c'era anche Bobbio), sociologi ed economisti (tra i quali Michelangelo Bovero, Salvatore Veca) il mensile Reset, di cui è direttore. La rivista ha sviluppato con particolare attenzione i temi della stampa quotidiana in Italia, il rapporto con la televisione, sostenendo la discussione con interessanti pubblicazioni di autori di tutto il mondo sull'argomento, a partire dal noto saggio di Karl R. Popper, "*Cattiva maestra televisione*" (tra gli altri, Bobbio ad uso di amici e nemici, Anna Boschetti, La rivoluzione simbolica di Pierre). Bosetti, che si è laureato in filosofia con Emilio Agazzi e Mario Dal Prà, è stato caposervizio del settore politico, caporedattore centrale a Roma e vicedirettore dell'*Unità*, conosce dunque i meccanismi di funzionamento dei giornali.

In questa intervista Giancarlo Bosetti ripercorre il periodo storico, contestualizzando il dibattito sull'obiettività all'interno di un clima politico refrattario alla sinistra, che poi mutò.

«Era una formula, quella di essere obiettivi, dietro la quale si trincerava il conservatorismo asfissiante del giornalismo italiano. Prima del 1972 una parte del conservatorismo aveva escluso dal dibattito la sinistra, che non aveva diritto di cittadinanza, se ne parlava solo nei giornali indipendenti e solo quando c'era l'accordo di metterla in cattiva luce. Per esempio, si parlava del sindacato solo come un problema di ordine pubblico, non era come oggi che è normale parlarne. Eravamo ancora condizionati dalla guerra fredda, dal potere democristiano, dal conservatorismo sociale. Essere obiettivi voleva allora dire essere ubbidienti. L'obiettività così usata è stata screditata. Nel dibattito degli Anni Settanta chi voleva rovesciare questa situazione non poteva farlo sotto l'insegna dell'obiettività, ma della opposizione, della controinformazione. Il conservatorismo allora era, ripeto, asfissiante. Titoli memorabili erano quelli sugli scioperi generali: tutti sulla viabilità, non c'era l'informazione. Il movimento sindacale figurava solo in occasione di incidenti di ordine pubblico. L'obiettività come concetto pragmatico era, dunque, indebolita da questo uso conservatore».

Questo per spiegare come allora si finì per parlare di obiettività sull'Espresso in termini fortemente accesi e contrapposti.

Umberto Eco che negava la possibilità di una obiettività del giornalismo, dicendo che era un mito.

«Si affacciava una ideologia postmodernista di cui Umberto Eco era, allora più di oggi, tributario. Per le filosofie dei post modernisti l'obiettività non esiste. Esiste solo una sua interpretazione. Era questo l'attacco postmodernista al concetto di verità assoluta. L'obiettività era una minaccia per i conservatori. Da destra e da sinistra è stata massacrata come una fanfaluca, una bugia. Questo ha avuto conseguenze molto negative. Ha compromesso un principio fondamentale per il lavoro giornalistico. Mentre è un valore che va messo al primo posto. Bisogna tendere alla ricostruzione di una verità obiettiva, perché è un valore assoluto in senso professionale».

Le cause di questo crollo dove risiedono culturalmente?

«Sono quattro a mio avviso. **Primo**, il versante sociale del conservatorismo. **Secondo**, il versante ideologico antiobiettività, cioè rovesciare la verità dei padroni.

Il primo è cambiato quando al "*Corriere della Sera*"

è arrivato Piero Ottone. Con il suo stile anglosassone e cosmopolita ha corretto la barra nella guida del principale quotidiano italiano e ha aperto le porte alla parte sociale esclusa. Ha fatto parlare dirigenti, sindacalisti e la base della sinistra. Ha introdotto una correzione verso il movimento sindacale, da cui poi la rottura con Indro Montanelli che era ed è un conservatore, anche se la percezione di lui negli ultimi anni era cambiata. La direzione di Ottone è stata una svolta. Non lo farà a nome dell'obiettività, perché la parola era compromessa. Nel suo *Manuale del giornalista* Alberto Papuzzi racconta bene la compromissione della parola in chiave sociale. Eco e gli altri ne assecondano, invece, la liquidazione con conseguenze negative. La svolta del '72 è questa. Ma l'obiettività subisce anche un'altra ferita. L'appartenenza politica dei giornalisti. Altri attacchi di artiglieria: i giornalisti con tessera. Ricordiamo "*Comprati e venduti*" di Giampaolo Pansa. Lo dico io che ero capocronista all'Unità a Milano e poi vicedirettore. Lavoravo in un giornale di partito. Ma la tessera nel portafoglio non l'avevano solo quelli di partito. Né la questione riguardava solo la Rai. Quel costume in Rai fu un precipitato catastrofico per la professione. Nel '70-80 i direttori di giornali erano nominati dalle segreterie di partiti. I giornali erano l'arena dove i partiti giocavano. Questa situazione ha frantumato l'obiettività».

I giornalisti italiani sempre prони di fronte al potere politico. Come si dice e si scrive in ogni riflessione critica sulla stampa italiana.

«È un fatto genetico di cui soffre l'Italia?

No. L'asservimento alle cause politiche, agli interessi dell'economia dipende dalla debolezza dei giornali. Non fanno profitti, non prendono soldi. La causa ultima che comporta la dipendenza da altri poteri non professionali è questa. Tutte le proprietà, salvo poche eccezioni, come è il caso di Caracciolo che infatti nel 1976 darà corso ad un giornale nuovo. Ma anche Caracciolo e Scalfari avranno poi bisogno di una industria non editoriale. De Benedetti, appunto. Non è un caso. Il limite storico delle vendite inchiodato al 10 per cento della popolazione. Il dibattito inquinato sull'obiettività ha portato a questa debolezza strutturale. Possiamo accettare che l'obiettività venga trattata così oggi? No. Io come giornalista ho il dovere di essere obiettivo. Il giornalista dovrebbe perseguire la verità. Deve cercare con tutte le sue forze di sapere a Madrid quale è stato il numero dei morti».

«Un ultimo fattore, il **quarto**, è che in

Italia a metà degli anni Settanta si afferma l'homo videns ben contestualizzato da Sartori. Nell'ultimo quarto di secolo, dal '75, aumentano i canali ed esplose la televisione commerciale. In un Paese a basso indice di lettura questo produce una informazione basata solo su impressioni, emozioni. La nostra lettura dei fatti è più persuasiva che argomentativa, più legata alla magia della faccia che alla forza

dell'argomento. La cavalcata della televisione negli anni Ottanta spazzola tutta la pubblicità che è quella che fa la diversità tra la forza dei nostri giornali e quella di altri Paesi. L'Italia a fine secolo batte un record mondiale, come pubblicità televisiva: più del 50 per cento. Siamo vicini al 56 del totale. Da dati della Fieg del 2002 risulta che la Gran Bretagna aveva il 30 per cento, gli Stati Uniti il 36, la Germania il 24, la Francia il 29».

Ma in Italia c'è il problema della commistione pubblicità e informazione. Il Cdr del Corriere denuncia una informazione di confine e chiede di avere più pagine di notizie, quando si fanno i numeri speciali dedicati a fiere e manifestazioni .

«La mancanza di pubblicità è un'altra aggressione a danno dei giornali. Chi dice che c'è troppa pubblicità, dice una fesseria. Dietro c'è un Paese che si informa solo con la televisione. Questo produce una conseguenza grave sull'opinione pubblica nella capacità di valutare. La tv accorcia drammaticamente le argomentazioni. In tv si possono fare solo lanci di persuasione. La tv è tutta commerciale, la Rai è uguale. Fa un po' più informazione ma alla fine non sposta i fattori. Dieci secondi di frase media per un argomento politico. In America si è calcolato che siano nove. Basta cronometrare. Anche se sono un politico molto bravo e riesco ad impostare un argomento molto razionale, posso fare solo una battuta verso un avversario, non un ragionamento. L'obiettività anche per via della tv va a farsi benedire. La politica non ha fatto niente per arginare. La pubblicità televisiva rischia di strangolare i giornali. Impedisce anche la sperimentazione di nuovi mezzi di informazione».

Il Consiglio dell'Ordine della Lombardia ha quest'anno chiesto alla magistratura di indagare sulla commistione pubblicità-informazione all'interno del *Corriere della Sera*, avendo valutato che ormai una buona parte dei giornalisti è sottoposta ad una tale pressione da parte del marketing da non essere più in grado di dire no, cioè di rispettare le regole fissate dal Codice della deontologia a proposito della pubblicità. Che deve essere palese, riconoscibile e ben distinta dall'informazione. La pubblicità è ormai ovunque, mascherata e occulta. Il lettore non la riconosce. In questa situazione i giornalisti da dove pescano le forze per rimettere in moto il meccanismo dell'obiettività, visto che in questi anni si sono allenati ad una scarsissima deontologia?

«Rispettare le regole, la separazione. È chiaro che c'è un affanno, un inseguimento della pubblicità. Ma il male è la poca pubblicità».

□

[Uncategorized](#)

Sito web (senza periodicità) diretto da Letizia Gonzales (presidente dell'Ordine dei Giornalisti della Lombardia, ente editore-proprietario del sito).

[Note Legali](#) | [Accessibilità](#)

Copyright © 2008