



*Dipartimento Scienze Politiche Cattedra Giornalismo politico-economico*

**OBIETTIVITA' GIORNALISTICA: UN DOVERE REALE O  
UNA REALTA' UTOPICA?**

RELATORE

Prof. Fabio Carducci Artenisio

CANDIDATO

Helodie Fazzalari

Matr.072572

ANNO ACCADEMICO 2016-2017

## INDICE

Introduzione.....	3
1. Obiettività: valore e limiti di un principio.....	5
2. La verità da che parte sta? Notizie a confronto.....	14
Conclusioni.....	25
Bibliografia.....	29

# Introduzione

Elemento basilare del codice deontologico del giornalista, l'obiettività rappresenta un concetto ampiamente discusso e sostanzialmente controverso della professione giornalistica in quanto mette in luce da un lato «l'esigenza comunemente sentita che il sistema dell'informazione non si trasformi in uno strumento di manipolazione delle coscienze»<sup>1</sup>, e dall'altro il compito del giornalista stesso di fornire al cittadino gli elementi necessari perchè si formi un giudizio autonomo.

Per far questo, il giornalista «ricerca, raccoglie, elabora e diffonde con la maggiore accuratezza possibile ogni dato o notizia di pubblico interesse secondo la verità sostanziale dei fatti»<sup>2</sup>.

Ma è davvero possibile portare all'attenzione dell'opinione pubblica solo i fatti, scevri da qualsiasi filtro personale? Per dirla ponendoci una domanda che è alla base di innumerevoli dibattiti etici: l'obiettività esiste?

In passato, agli albori del giornalismo con la nascita delle prime gazzette, la questione dell'informazione manipolata non era nemmeno presa in considerazione. Al giorno d'oggi, però, le cose sono molto diverse. Da un lato il mondo dell'informazione ha aperto le sue porte a strati molto più ampi della società, dall'altro questa enorme espansione dei suoi confini l'ha reso sotto alcuni profili ancor più vulnerabile.

Dopo l'avvento di internet, infatti, si può accedere all'informazione in modo libero e personalizzato. Inoltre, lo stesso sistema dei media ci offre un panorama quanto mai ampio e variegato. Nonostante appaia molto semplice, dunque, venire a conoscenza della realtà e formulare un giudizio sui principali fatti del mondo in cui viviamo, in realtà questa democratizzazione delle informazioni non ha portato al risultato sperato, ovvero quello di un'opinione pubblica veramente libera e consapevole. Anzi. Assistiamo molto spesso all'affermazione di una conoscenza superficiale e frammentaria della società in cui viviamo. Chi forma la propria opinione basandosi su Internet e i social spesso diventa preda di notizie dai toni sensazionalisti o false o, comunque, fortemente manipolate. Nella società della velocità anche la fruizione dell'informazione è un attimo e quando non si sanno nemmeno scegliere le proprie fonti quell'attimo non è sufficiente.

Il tema dell'obiettività, perciò, rimane un caposaldo per chiunque si avvicini al giornalismo. Essa viene presentata come un ideale sacrosanto che deve guidare e ispirare il giornalista nel suo mantenersi distaccato e imparziale nella presentazione della realtà. Ma è effettivamente possibile osservare il mondo senza inclinazione alcuna?

A questa domanda tenterò di rispondere in questa tesi affrontando l'argomento prima da un punto di vista teorico e, successivamente, attraverso l'analisi concreta di alcune prime pagine di giornale. Il campo sarà delineato dalla sola analisi di articoli a stampa.

---

<sup>1</sup> LEPRI 1999, p.25

<sup>2</sup> Art. 2 del Testo unico dei doveri del giornalista (approvato dal Consiglio nazionale nella riunione del 27 gennaio 2016)

Nel primo capitolo, partirò da brevi cenni sulla storia del giornalismo e mi concentrerò sulla differenza tra il sistema giornalistico italiano e quello anglosassone, ritenuto classicamente modello di informazione obiettiva. Quindi passerò a trattare le teorie di alcuni importanti sociologi e intellettuali che nel corso del tempo hanno dibattuto sull'argomento. Un approfondimento riguarderà il concetto di distorsione volontaria e involontaria della notizia.

Il secondo capitolo si sostanzia di un'analisi dettagliata di come una stessa notizia possa essere diversamente proposta da diverse testate giornalistiche. In particolare, vorrò portare all'attenzione un periodo cruciale delle recentissima storia politica italiana: il referendum costituzionale dello scorso 4 dicembre. Al di là dei contenuti della riforma, poi nemmeno confermati, infatti, mi è sembrato indicativo e ricco di spunti per la nostra osservazione lo scontro politico andato in scena sui quotidiani e anche negli altri mezzi di informazione.

Al termine di questa analisi su due binari (quello della riflessione teorica e dell'analisi concreta) proporrò le mie conclusioni su questo argomento spinoso. Ripercorrendo le tappe del processo di costruzione della notizia, concluderò che l'obiettività in quanto principio assoluto non può esistere ma il suo significato andrà declinato in maniera diversa per garantire all'informazione una sua dignità e importanza.

# Capitolo 1

## Obiettività: valore e limiti di un principio

### 1.1 Premessa

In questo capitolo, si proporrà una riflessione sul significato profondo della parola obiettività, seguendo diversi percorsi d'indagine:

- ripercorrendo le tappe storiche del giornalismo stampato e radiotelevisivo che l'hanno resa un principio cardine del mondo dell'informazione;
- confrontando i diversi sistemi d'informazione con particolare riferimento al giornalismo italiano e anglosassone;
- portando a supporto le teorie che alcuni grandi studiosi della comunicazione e dei mass-media hanno elaborato nel corso degli anni;
- soffermandosi sulle ripercussioni dell'evoluzione tecnologica sulla confezione della notizia, sulla particolarità della notizia sul web e, dunque, sul concetto di distorsione volontaria e involontaria della notizia.

### 1.2 Nascita ed evoluzione del concetto di obiettività giornalistica

Le storia del giornalismo comincia quasi cinque secoli fa con la circolazione delle prime gazzette. Si tratta di brevi bollettini informativi pubblicati sporadicamente e rivolti ad una elite ristretta. Il concetto di obiettività non sfiora nemmeno i primi stampatori e compilatori che sono spesso funzionari di Corte o del governo. L'attività giornalistica, per come la si intende oggi, muoverà i suoi primi passi molto più tardi, nel periodo della Rivoluzione francese quando la censura, fino ad allora estremamente stringente, verrà messa alla prova dalla diffusione degli ideali di libertà e uguaglianza.

Le lezioni di questo periodo rivoluzionario servirà a tutta l'Europa e non sarà completamente cancellata nemmeno successivamente. «Negli anni della libertà, il giornale ed il giornalismo hanno conquistato un'importanza che il periodo delle repressione annulla ma non distrugge»<sup>3</sup>.

Anche in Italia le norme censorie saranno semplificate con l'Editto Albertino del 26 marzo 1848.

Si tratta del primo momento di formulazione di quel concetto di libertà che costituirà la base per la formulazione del diritto di libera espressione e libera circolazione del pensiero che prenderà compiutamente forma soltanto nel '900. Tuttavia, lo sviluppo del giornalismo italiano in chiave moderna procede molto più lentamente rispetto agli altri paesi europei e in particolare rispetto al sistema anglosassone e americano che

---

<sup>3</sup> LEPRI 1999, p.32

già nell'800 subisce uno sconvolgimento radicale determinato dalla nascita della *penny press*: non più fogli rivolti a piccole élite e venduti in abbonamento ma quotidiani per le grandi masse venduti a un solo penny dagli strilloni agli angoli delle strade. «Immediatamente editori e direttori intuirono che si era aperto un nuovo mercato, in cui i giornali non erano più un privilegio riservato alle classi altolocate e ai ceti facoltosi, ma diventavano una merce a disposizione di tutti, soprattutto dei nuovi ceti – agricoltori, bottegai, operai, artigiani e piccoli imprenditori. [...] Un primo singolare mutamento riguardò i titoli delle testate. [...] Un secondo mutamento avvenne nella politica delle inserzioni pubblicitarie. [...] Un terzo cambiamento, che segna una tappa decisiva nella storia della stampa americana, è l'affermazione di indipendenza delle penny press dai circoli politici. [...] Ma il cambiamento più rilevante riguardò i contenuti dell'informazione: per la prima volta qualsiasi fatto poteva acquisire lo *status* di notizia»<sup>4</sup>. Cambia, dunque, l'intero paradigma del fare informazione e si comincia a parlare di selezione e interpretazione della notizia. Protagonisti di questi processi di selezione e interpretazione sono i giornalisti, che assurgono finalmente a una posizione più professionale e si assumono la responsabilità sociale di dare le notizie.

Si comincia a parlare di obiettività e si introduce un metodo, quello delle 5 W, che punta alla sostanza dei fatti e offre una regola per la registrazione dell'avvenimento che non lasci spazio a interpretazioni personali. Rispondendo alle domande *Who* (Chi?), *Where* (Dove?), *When* (Quando?), *What* (Cosa?) e *Why* (Perché?), infatti, si tenta di ridurre la notizia alla sua essenza mettendo al bando qualsiasi approccio di tipo letterario.

Le 5 W non solo diventeranno la base del giornalismo moderno, svecchiando un modo di scrivere ancora fortemente legato alla retorica e ai virtuosismi, ma rappresenteranno in qualche modo una garanzia formale di registrazione e certificazione "obiettiva" dell'avvenimento a cui si riferisce la notizia.

L'obiettività si è sviluppata prima di tutto come separazione della cronaca dal commento, dei fatti dalle opinioni. Nella cosiddetta epoca dei reporter, che caratterizza l'America di fine Ottocento, «*i reporter dovevano riferire la notizia così come accadeva, come macchine, senza pregiudizi, coloriture e senza stile; tutto uguale* raccontò un autorevole giornalista, Lincoln Steffens, evocando gli inizi all'*Evening Post*»<sup>5</sup>.

Ancora oggi questa separazione caratterizza i quotidiani inglesi e americani che dedicano una sezione specifica ai commenti e agli editoriali differenziandola nettamente dal notiziario. L'obiettivo era quello di presentare i fatti nel modo più imparziale possibile tenendo al di fuori qualsiasi opinione o pensiero soggettivo.

Questa smodata ricerca di realismo che ha portato alla prima teorizzazione dell'obiettività presenta comunque i suoi limiti perché, nonostante tutto, «l'avvenimento non è la notizia. Fra la realtà, o la verità, e la notizia giornalistica esiste un diaframma. Per quanto fedele possa essere, la notizia non è mai la riproduzione della realtà ma è una registrazione, una cronaca, una presa d'atto, una valutazione o interpretazione»<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> PAPUZZI 2003, p.5

<sup>5</sup> PAPUZZI 2003, p.12

<sup>6</sup> PAPUZZI, 2003, p.11

L'impostazione ereditata dall'epoca dei reporter ha attraversato crisi e critiche che hanno provocato una modifica del significato che la parola obiettività evocava in ambito giornalistico. All'inizio della Grande depressione, negli Stati Uniti, l'aumento delle persone interessate all'evoluzione degli affari pubblici rese necessario un maggior spazio a quello che venne definito *interpretative reporting*. Una formula nuova che lasciava spazio ai commenti per rendere più facile la comprensione degli avvenimenti al lettore medio. «Ciò non doveva significare la rinuncia all'obiettività: la sfida era di restare obiettivi, evitare l'emotività, mantenere uno stile essenzialmente descrittivo, riuscendo tuttavia a spiegare il significato di ciò che accadeva, in relazione al contesto sociale ed economico e ai fenomeni politici»<sup>7</sup>.

I limiti dell'impostazione che andava più di moda alla fine dell'800 e che puntava tutto sull'elencazione oggettiva dei fatti si mostrarono ancora più evidenti intorno al 1950, sempre negli Stati Uniti, quando il semplice riproporre i fatti senza applicare alcun tipo di filtro trasformò il mondo dell'informazione in un semplice megafono per le parole dell'allora senatore Joseph McCarthy, che stava conducendo una vera e propria crociata contro il pericolo comunista. «Costretti a pubblicare senza commentare, senza neppure apparire ironici o scettici, i giornalisti contribuivano, volontariamente o no, a far sì che McCarthy creasse notizie dal nulla»<sup>8</sup>.

Guardando, invece, in casa nostra, va riportata la campagna del movimento dei giovani ? giornalisti democratici all'inizio degli anni '70. Il gruppo «rivendicava l'autonomia professionale, [...] una classica conquista liberale fondata sull'idea che il giornalista non dovesse essere un confezionatore neutrale di verità ufficiali, bensì avesse il dovere di raccontare ciò di cui era testimone»<sup>9</sup>. Una tale affermazione costituisce un radicale cambio di prospettiva che da un lato svela i limiti della professione giornalistica e dall'altro ne ravvisa una maggiore importanza per la capacità di interpretazione, lo sguardo esperto e l'onestà intellettuale che finalmente si riconosce e si richiede al giornalista.

Tale impostazione è quella prevalentemente condivisa anche ai nostri giorni. Nel 1993 il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei giornalisti e la Federazione Nazionale della Stampa siglano un protocollo conosciuto come Carta dei doveri (oggi inglobato nel Testo unico dei doveri del giornalista) in cui il valore dell'obiettività dell'informazione si delinea a partire dall'indicazione di altri valori. Il punto cardine del diritto di cronaca è indicato nel dovere di verità, considerato come obbligo inderogabile sia dalla legge n. 69/1963 che dalla stessa Carta dei Doveri. I giornali, le televisioni, le radio e, ormai, anche i siti di informazione rappresentano i punti di collegamento tra quanto accade, il fatto, e la collettività, il popolo. In quanto tali, permettono l'esercizio della sovranità popolare. Un'informazione che dissimula o stravolge la verità dei fatti impedisce al popolo un consapevole esercizio di questa sovranità, tra l'altro, sancita nell'art. 1 della nostra Costituzione. Altrettanto inderogabili sono i valori dell'autonomia e della credibilità del giornalista.

---

<sup>7</sup> PAPUZZI 2003, p.41

<sup>8</sup> BARBATO 1996

<sup>9</sup> PAPUZZI 2003, p.42

La verità dei fatti, l'autonomia e la credibilità del giornalista sono elementi essenziali e servono a garantire l'obiettività dell'informazione, che, non più definita come una tecnica concretizzata nella mera elencazione dei fatti, trova invece ragione del suo significato nello scopo e nel ruolo sociale del giornalista. L'informazione obiettiva mira all'interesse generale e garantisce la sovranità popolare.

### 1.3 Due sistemi a confronto

Ripercorrendo, seppur brevemente, alcune tappe della storia del giornalismo che hanno avuto conseguenze dirette sullo sviluppo dei principi etici cui dovrebbe ispirarsi la professione, ci siamo potuti render conto di come la definizione di obiettività dell'informazione non sia per nulla univoca ma anzi sia spesso legata al contesto sociale e storico di riferimento. Nonostante si faccia un gran parlare dell'importanza di un'informazione obiettiva, dunque, risulta abbastanza difficile determinare con precisione un concetto di obiettività che sia valida per tutti i paesi e tutti i tempi.

«L'idea di un giornalismo "obiettivo" riassume l'esigenza che il giornalismo sia libero da condizionamenti, non diventi uno strumento di manipolazione al servizio del potere o delle idee personali del singolo giornalista. Ma non si tratta solo di un criterio per stabilire la qualità di un prodotto. La centralità o meno che si dà a questo ideale ha portato a distinguere due differenti modelli di fare informazione: semplificando, quello italiano e quello anglosassone»<sup>10</sup>.

Come già visto nel precedente paragrafo, negli Stati Uniti il mondo dell'informazione cominciò a interrogarsi sull'ideale di obiettività già a cavallo tra 800 e 900 quando il giornalismo cominciava a muovere i primi passi al di fuori delle elite ristrette per raggiungere un pubblico di massa. La convinzione era che «il giornalista doveva essere un mero fotografo della realtà»<sup>11</sup>.

Il sistema dell'informazione cominciò ad assumere i caratteri di un'industria: si rivolgeva a un pubblico di massa e basava il suo potere economico su una pubblicità di massa. Grande attenzione era dato al prodotto dell'informazione: ovvero la notizia, che doveva essere il più possibile preciso, imparziale e completo. «Un'informazione obiettiva rispondeva alle aspirazioni di una categoria in cerca di rispettabilità e prestigio»<sup>12</sup>.

Il solo fatto che questa convinzione venne messa in crisi nei decenni successivi, a favore di un'impostazione che prevedeva non solo la cronaca ma anche l'interpretazione e il commento degli avvenimenti, non toglie al giornalismo americano il merito di aver dato vita a una struttura autonoma, con un ruolo sociale definito e una posizione ben integrata nella società.

Fondamentale è poi il fatto che i giornalisti continuarono a interrogarsi sul concetto dell'obiettività dell'informazione spostando, però, il suo significato su posizioni meno rigidamente legate a un sostanziale realismo.

---

<sup>10</sup> FESTUCCIA 2010, p.15

<sup>11</sup> FESTUCCIA 2010, p.15

<sup>12</sup> BRANCOLI 1994, p.157.



Comincia a prendere sempre più piede l'esigenza di un esame critico dei fatti e delle fonti. Si passa così al concetto di «*fairness*, che non abbandona gli aspetti validi del primo (i fatti sono fatti, la citazione deve essere precisa, la fonte va identificata, la tendenziosità nell'usare citazioni e fonti non è consentita...), ma rimuove i limiti del suo semplicismo»<sup>13</sup>.

Sebbene venga lasciato maggiore spazio alla riflessione soggettiva e alla interpretazione personale, i giornalisti statunitensi non abbandonarono la necessità di «un quadro di riferimento entro cui potessero prendere sul serio il proprio lavoro e persuadere i lettori e i critici a fare altrettanto»<sup>14</sup>.

I singoli fatti vengono analizzati in profondità e contestualizzati. Rimane ferma la necessità di una fotografia completa e fedele dell'avvenimento ma questo comincia ad essere visto non isolato e viene presentato all'interno di un contesto che garantisca una maggiore intelligibilità per il lettore medio. Si afferma la cosiddetta *news analysis*, a cui, nei quotidiani americani si affiancano, ma sempre ben separati, editoriali e opinioni.

Per tutto il corso del '900, un confronto con questo apparato di riferimento determina un giudizio impietoso sul sistema dell'informazione in Italia dove la situazione è quasi opposta: il giornalismo italiano non ha assunto una struttura industriale ma rimane fortemente legato al mondo della politica; gli editori non sono mai editori puri, privi di interessi e proprietà in altri settori; e i giornalisti sembrano non prendere piena consapevolezza della propria professionalità.

«Nella lunga storia del giornalismo italiano, come è stato dimostrato da Alessandro Mazzanti, vi sono solo tre brevi momenti durante i quali la questione dell'obiettività suscita qualche interesse: agli inizi del secolo, quando il giornalismo italiano sembrò imboccare una strada evolutiva analoga a quella degli altri Paesi, e nel corso di due brevi e intensi dibattiti alla fine degli anni Settanta e degli anni Ottanta; dibattiti nei quali prevalse la tesi che l'obiettività era impossibile e quindi tanto valeva non discuterne più. L'impossibilità dell'obiettività veniva argomentata su basi astratte, quasi filosofiche, senza alcun riferimento alle tormentate vicende che, proprio su questo tema, hanno interessato i campi giornalistici di altri paesi e in particolare quello degli Stati Uniti»<sup>15</sup>.

La conseguenza è un sistema giornalistico poco autonomo e lontano da quel modello anglosassone che ha visto riconoscere alla stampa il ruolo di quarto potere e custode della democrazia.

## 1.4 Dibattiti e riflessioni

Mantenendo il nostro sguardo sull'Italia, non possiamo che cominciare la nostra trattazione teorica del concetto di obiettività partendo dalla riflessione offertaci da Umberto Eco, che si è a più riprese soffermato sull'argomento, prima sul finire degli anni '60, sull'onda della contestazione operaia e studentesca, e poi negli ultimi anni '70.

---

<sup>13</sup> BRANCOLI 1994, p.161.

<sup>14</sup> FESTUCCIA, 2010, p.16.

<sup>15</sup> BECHELLONI 2017

In prima battuta, il semiologo prese le distanze dal mito professionale dell'obiettività e sottolineò, invece, che la realtà filtrata dai mezzi di comunicazione era per forza di cose «manipolata». Secondo Eco, prima ancora di scrivere e pubblicare una notizia, era già la scelta di un avvenimento a essere determinata da un'interpretazione soggettiva. E ancora, non solo il contenuto ma anche le immagini, l'impaginazione, il titolo, sarebbero stati figli di scelte compiute dal giornalista secondo il proprio particolare sentire.

Liquidata l'obiettività come un'ideale raggiungibile, Eco affermò dalle pagine de "L'Espresso" che «Il giornalista non ha un dovere di obiettività. Ha un dovere di testimonianza. Deve testimoniare su ciò che sa [...] e deve testimoniare dicendo come la pensa lui. [...] compito del giornalista non è quello di convincere il lettore che egli sta dicendo la verità, bensì di avvertirlo che egli sta dicendo la "sua" verità. Ma che ce ne sono anche altre. Il giornalista che rispetta il lettore deve lasciargli il senso dell'alternativa»<sup>16</sup>.

Seguendo questa linea, tracciata dalla negazione del mito dell'obiettività, si sono susseguiti diversi interventi. Per esempio, tra gli altri, Livolsi e Schizzerotto concordarono sull'impossibilità di offrire notizie obiettive e specificarono che ««Un giornale, con il solo linguaggio, [può] non solo orientare le simpatie del lettore, ma addirittura occultare accuratamente ciò che proclama di voler rendere noto»<sup>17</sup>.

Uno dei più importanti giornalisti italiani, Indro Montanelli, considerava l'obiettività solo come una tecnica, tra l'altro facilmente assimilabile, che costituiva nel distacco dall'oggetto della scrittura con l'obiettivo di convincere il lettore che siamo obiettivi. «Gli americani e gli inglesi – affermava 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»<sup>18</sup>.

Lee Sigelman, professore di Scienze politiche presso l'Università della Columbia individuò due miti da sfatare della professionalità giornalistica: «quello primario della funzione pubblica del giornalista e il suo corollario dell'obiettività disinteressata». Ciò su cui Sigelman voleva porre l'accento era l'inconciliabilità di considerare i fini etici alla base dei processi di realizzazione di un prodotto commerciale. La professione giornalistica era ed è, infatti, spesso presentata in modo quasi eroico sottolineando il grande ruolo sociale di guardiano della democrazia ma, in pratica, il giornalista deve sempre e comunque trovare un compromesso tra gli ideali e la necessità di considerare la propria posizione all'interno di un'industria produttiva e di produrre qualcosa che poi andrà venduto sul mercato<sup>19</sup>.

Esistono comunque anche posizioni opposte a quelle appena presentate. A partire dalla prima teorizzazione di Eco, sarà Piero Ottone (direttore del Corriere della Sera alla fine degli anni '60) che leverà la sua voce in difesa dell'obiettività e, in particolare, di «un giornalismo che sia disposto a seguire una serie di regole base, valide per tutti: citazione rigorosa delle fonti, separazione tra notizia e commento, descrizione dei vari punti di vista sullo stesso argomento»<sup>20</sup>. Secondo Ottone «il giornalismo in Italia si è assunto [...] il

---

<sup>16</sup> ECO 1969, pp. 4-17.

<sup>17</sup> LIVOLSI E SCHIZZEROTTO 1971, p. 300.

<sup>18</sup> COLOMBO, 1999, p. 223

<sup>19</sup> PAPUZZI 2003, p. 15

<sup>20</sup> FESTUCCIA 2010, p.18.

compito di convincere, di influenzare, di educare il pubblico. È proprio questo equivoco che ha rovinato i giornali italiani»<sup>21</sup>

Lo stesso Umberto Eco, in una rielaborazione della sua riflessione risalente alla fine degli anni '70, mostrò maggiore disponibilità a riconoscere un ruolo all'obiettività giornalistica e si portò su posizioni più vicine a quelle di Ottone. Pur confermando che come concetto teorico si trattava solo di un'illusione, un mito e una falsa coscienza, ammise che le poteva essere riconosciuta una sua validità sul piano empirico. In particolare, affermò che se «il limite alto dell'obiettività [è] irraggiungibile perché non può mai esserci una corrispondenza assoluta fra evento e resoconto giornalistico, il limite basso dell'obiettività consiste nel separare notizia e commento; nel dare almeno quelle notizie che circolano via agenzia; nel chiarire se su una notizia vi sono valutazioni contrastanti; nel non cestinare le notizie che appaiono scomode; nell'ospitare sul giornale, almeno per i fatti più vistosi, commenti che non concordano con la linea del giornale; nell'avere il coraggio di appaiare due commenti antitetici per dare la temperatura di una controversia, ecc.»<sup>22</sup>.

Una volta riconosciuto all'obiettività un ruolo centrale nella pratica giornalistica, Eco propose anche una precisazione di cosa voglia dire informazione obiettiva. «Le regole dell'obiettività giornalistica sono almeno tre: la separazione del fatto dall'opinione personale; un rapporto bilanciato dell'eventuale dibattito in corso; la convalida delle affermazioni giornalistiche attraverso fonti attendibili ed autorevoli»<sup>23</sup>.

Altre voci, in Italia e all'estero, presero posizione in difesa dell'obiettività giornalistica. Per esempio, l'editore tedesco Hans Magnus Enzensberger affermò che «La forza politica dell'autore di reportage sta nel non avere pregiudizi ideologici: [avvicinarsi] alle cose fingendo ignoranza, [cercando] di captare, poi [descrivere] i fatti che parlano da soli»<sup>24</sup>.

Per Sergio Lepri, invece, il fatto che l'informazione sia condizionata da fattori soggettivi e strutturali, non può portare alla rinuncia «di raccontare il fatto rispettando, quanto più possibile, gli elementi che lo compongono; cercando, quanto più possibile, di lasciare da parte le proprie idee e i propri sentimenti; compiendo, quanto più possibile, il proprio dovere di mediatori imparziali»<sup>25</sup>.

## 1.5 Un'informazione obiettiva ai tempi del web

Lungi dall'essere ormai un argomento sorpassato, il tema dell'obiettività torna prepotentemente nel dibattito sul mondo dell'informazione dei nostri giorni in cui la concomitanza di tutta una serie di variabili impone uno sforzo maggiore per definire le linee guida della professione.

---

<sup>21</sup> OTTONE 1978 riportato in FESTUCCIA 2010, p.18.

<sup>22</sup> ECO 1979, p. 87.

<sup>23</sup> ECO 1979, p. 87.

<sup>24</sup> COLOMBO, 1999, p. 37

<sup>25</sup> LEPRI 1999.

«Il primo punto sul quale riflettere è costituito dall'enorme dilatazione del campo giornalistico che è ormai caratterizzato sia da un'estensione mondiale – attraverso la rete delle grandi agenzie d'informazione, dei canali televisivi satellitari e di Internet – sia da un'articolata declinazione locale»<sup>26</sup>.

La notizia di attualità costituisce oggi forse il più importante punto di collegamento con il mondo per un numero considerevole di attori sociali. Con alcune conseguenze importanti: in primo luogo la notizia è strettamente collegata al mondo dell'informazione che la diffonde, in seconda battuta è invece decontestualizzata e scollegata dalle situazioni di lunga durata all'interno delle quali potrebbe essere facilmente compresa.

Senza contare che oggi la quantità delle informazioni sia cresciuta in modo esponenziale e che il lettore o comunque il cittadino che vuole tenersi informato ha a disposizione giornali, tv, radio, internet e, non da ultimi, social media. Si tratta di una crescita principalmente dovuta al fatto che la digitalizzazione e internet hanno semplificato e abbattuto i costi della pubblicazione.

Fino ad un passato non troppo lontano, dunque, la richiesta di obiettività, completezza e accuratezza della notizia che veniva fatta propria da giornalisti ed editori garantiva l'applicazione di un filtro qualitativo alla cultura diffusa. Oggi, la questione si fa molto più complessa. La rete consente a chiunque di condividere contenuti e da legittimità di pubblicazione a ogni punto di vista. Una situazione che presenta molte opportunità e altrettanti rischi.

«In questo contesto la questione dell'obiettività giornalistica acquista una rilevanza ben maggiore di quella avuta nel corso dell'Ottocento e anche di quella assunta, in alcuni paesi, fino agli anni Sessanta, con l'avvento della televisione. È una questione che coinvolge molte dimensioni analitiche, come testimoniano le ricorrenti polemiche relative non solo alla partigianeria e alla parzialità ma anche all'inquinamento delle fonti, alla spettacolarizzazione delle notizie, al valore documentario delle immagini, alle distinzioni sottili tra resoconto di cronaca e racconto di una storia, all'uso dei dati statistici e dei sondaggi. È una questione che coinvolge le procedure, l'organizzazione del lavoro e l'etica professionale. È una questione che coinvolge tutti i linguaggi e le loro valenze espressive, comunicative e informative. È una questione che coinvolge gli stili di pensiero e di conoscenza, il rapporto tra ragione ed emozione, tra intelletto e sentimenti»<sup>27</sup>.

Quel che è certo è che lo sviluppo della informazione sul web non può certo essere bloccato ma va accolto e arricchito, cercando di creare un terreno in cui non ha la meglio chi è più forte ma chi crea maggiore qualità. Se da un lato il pubblico, grazie alle nuove tecnologie, ha cominciato a partecipare più attivamente al mondo dell'informazione, dall'altro la questione dell'obiettività, oggi, «può essere declinata non tanto nei termini di una procedura sicura per attingere la verità o l'imparzialità, quanto nei termini di un ideale a cui tendere o di un mito al quale ispirarsi. Un ideale o un mito basato su un triplice livello di consapevolezza che dovrebbe caratterizzare i giornalisti (e le organizzazioni giornalistiche), in quanto depositari del sapere professionale necessario per trovare e rendere pubbliche le notizie: 1) la rilevanza e la centralità del giornalismo per il funzionamento stesso della società contemporanea; 2) la complessità del

---

<sup>26</sup> BECHELLONI 2017

<sup>27</sup> BECHELLONI 2017

‘reale’ e dei modi per accoglierlo, comprenderlo e ‘costruirlo’; 3) la diversità dei modi di vivere, intendere e leggere la realtà sociale, che è insieme esterna e ‘oggettiva’ e interna e ‘soggettiva’, che esiste indipendentemente da noi ma anche grazie e noi, alla nostra presenza, alla nostra azione, alle nostre letture»<sup>28</sup>.

Estremamente attuale e strettamente collegato al concetto di obiettività è il tema della distorsione involontaria su cui si è concentrato l’interesse degli studiosi negli ultimi trent’anni. Se, infatti, in passato il dibattito demonizzava la deformazione della notizia ritenendola una conseguenza di un atteggiamento solo volontario (e quindi doppiamente colpevole), oggi vi è una nuova prospettiva che offre, in aggiunta e non in sostituzione, domande diverse: «come mai si formano diverse rappresentazioni della realtà? In che modo i mass media contribuiscono alla costruzione della realtà sociale? In che modo i mass media plasmano la “nostra visione del mondo”? [Tenendo ferma la definizione di distorsione deliberata dell’informazione] l’analisi empirica del processo produttivo dell’informazione, sviluppatasi negli ultimi tre decenni, ha rivolto principalmente la sua attenzione verso quelle forme di distorsione, in larga parte inconsapevole, che derivano dal modo stesso in cui è organizzato il lavoro giornalistico nelle redazioni e dai caratteri propri della cultura professionale»<sup>29</sup>.

In pratica, sotto la lente d’ingrandimento è finito quello stesso processo di *newsmaking* che conduce un fatto a diventare articolo di giornale, servizio televisivo, articolo di una pagina web. La distorsione della notizia comincia ad apparire non solo qualcosa che si attua consapevolmente al fine di manipolare le coscienze o anche inconsapevolmente per inesperienza o errore. La distorsione della notizia, intesa come rappresentazione di un avvenimento, risulta invece essere immanente ai mass media stessi. La conseguenza è che «nel processo di produzione dell’informazione, le norme e le pratiche professionali, occupazionali e organizzative delle redazioni giocano un ruolo più determinante rispetto alle tendenze e alle opzioni ideologiche dei giornalisti e alle pressioni esterne. L’esigenza fondamentale è quella di “costruire” la notizia in forme compatibili con la riproduzione e la diffusione di massa secondo le caratteristiche ed i vincoli specifici dell’organizzazione dei media»<sup>30</sup>.

In questa prospettiva vanno considerati anche altri due limiti oggettivi: lo spazio e il tempo. Il giornalista riporta l’avvenimento a partire da uno specifico punto di vista che non gli consente di cogliere tutte le sfumature di un episodio di cronaca o di politica; in più lo analizza in un preciso momento storico, in genere lo stesso di quando accade, e, perciò, non sempre è in possesso di tutte le conoscenze necessarie a capire pienamente quanto sta succedendo, non sa cosa succederà dopo o se l’interpretazione di quello stesso fatto potrà cambiare nel tempo.

Il riconoscimento di questi limiti all’ideale dell’obiettività non dovrebbe costituire motivo di rinuncia alla ricerca di un’informazione obiettiva ma, piuttosto, da monito per tutti i professionisti dell’informazione e anche per il cittadino che vuol tenersi aggiornato su quanto accade nel mondo.

---

<sup>28</sup> BECHELLONI 2017

<sup>29</sup> GILI 2016, p. 183

<sup>30</sup> GILI 2016, p. 184-185

## Capitolo 2

### La verità da che parte sta? Notizie a confronto.

#### 2.1 Premessa

Nel capitolo precedente abbiamo definito l'obiettività come un fine a cui tendere e abbiamo individuato quelli che sono i limiti legati alla stessa struttura produttiva dell'informazione e indipendenti dalla volontà del giornalista. In questo capitolo, si tenterà invece di mettere in evidenza le differenti impostazioni di lettura di uno stesso fatto da parte dei più importanti quotidiani nazionali: da quelli "moderati" a quelli più apertamente schierati.

Si farà vedere quanto diversi possano essere i risultati nonostante la realtà da "fotografare" sia la stessa per tutti. Non c'è bisogno di scomodare momenti particolari della storia del giornalismo per vedere come i media producano notizie diverse a partire dallo stesso avvenimento: ogni "testata", infatti, elabora la realtà attraverso il proprio filtro e offre al lettore uno sguardo sul mondo che, a seconda dell'impostazione ideologica di base, vuol essere il più possibile neutro o, al contrario, offrire una presa di posizione chiara.

L'insieme dei mass media, delle notizie e dei giornalisti non costituiscono un'organizzazione organica e uguale in ogni sua parte. Essi, invece, danno vita al complesso sistema dell'informazione formato da notizie disperate che arrivano al pubblico attraverso mezzi a loro volta molto differenti. Ogni giornale o emittente televisivo è caratterizzato da un proprio stile, un proprio modello di produzione, una propria storia che lo portano a instaurare il proprio patto di fiducia con il pubblico.

All'interno di questo complesso mondo possiamo fare una distinzione tra le testate che cercano di mantenere un generale livello di obiettività privilegiando l'aspetto informativo della notizia e quelle più politicamente orientate che, pur partendo da un fatto e dalla necessità di informare il lettore, si incaricano di interpretare la realtà secondo un preciso sistema di valori riconducibile generalmente a un partito o a un gruppo di potere.

Verranno analizzate le prime pagine dei giornali di un breve periodo della recente politica italiana caratterizzato da polemiche aspre: il giorno del voto del 4 dicembre 2016, in cui i cittadini italiani sono stati chiamati al voto per il Referendum costituzionale, e le due giornate immediatamente successive.

Si considererà la differenza di impostazione tra i maggiori quotidiani nazionali "informativi" e i giornali orientati. Inoltre, si mostrerà lo sguardo "particolare" del maggiore quotidiano italiano di economia e finanza che, essendo un giornale specialistico, valuterà il fatto in modo diverso e caratteristico volendo far luce su uno specifico settore, quello economico appunto, della vita del Paese.

## 2.2 Scelte moderate e non

Il 4 dicembre 2016, i cittadini italiani sono chiamati a esprimere il proprio voto in merito alla riforma costituzionale proposta dal Governo Renzi. Senza voler entrare nel merito dei contenuti della riforma, va sottolineato come il referendum sia diventato occasione per un duro scontro politico: a essere messa in discussione, nei giorni precedenti al voto, è l'intera azione di governo. Per i toni assunti dalla discussione politica, il voto stesso è sembrato assumere connotazioni molto più ampie di quanto effettivamente avrebbe dovuto avere. Il fronte del No, infatti, composito e trasversale a diversi raggruppamenti politici, proponeva simbolicamente un rifiuto non già solo della riforma ma una bocciatura dell'intero Governo Renzi. Un'impostazione avallata dallo stesso Capo del Governo che, pubblicamente, ha più volte associato il proprio futuro politico alle sorti del Referendum.

Il 4 dicembre, dunque, i giornali arrivano in edicola al termine di questa forte lotta politica e in un momento, quello del silenzio elettorale, anch'esso fortemente percosso dai venti della polemica a causa del mancato rispetto del silenzio elettorale da parte di frange di una fazione e dell'altra che hanno proseguito la campagna sui social: facebook e twitter in particolare.



Fig.1 Il Corriere della Sera – 4 dicembre 2016



Dall'analisi delle prime pagine dei giornali di quel giorno, e in particolar modo dal taglio alto, è possibile fare una valutazione di quale sia l'impostazione prevalente seguita dalle varie testate. Tra i maggiori quotidiani nazionali, *Il Corriere della Sera*, *la Repubblica* e *La Stampa* presentano tutti un'apertura sul tema del voto con il riferimento agli orari di apertura delle urne nel sommario o nell'occhiello e un accenno alla polemica derivante dalle trasgressioni al silenzio elettorale. Tutti e tre confermano, dunque, la loro impostazione di giornali informativi. Una piccola differenza è tra il *Corriere* e le altre due testate. Mentre il primo si ferma alla "scelta tra il Sì e il No alla riforma costituzionale", *La Repubblica* e *La Stampa* strizzano l'occhio alle conseguenze politiche del risultato che trascende la mera approvazione della riforma per coinvolgere le sorti politiche di Matteo Renzi e del suo Governo: "Un verdetto oltre le riforme" (*La Repubblica*); "Governo al bivio" (*La Stampa*). Infine, *Il Corriere* e *La Stampa* ricordano il concomitante voto austriaco per le elezioni presidenziali: con un breve riferimento il primo, con un articolo di reportage accanto all'apertura il secondo.

**Il caso/ La contesa eterna**  
Eredità Puccini, testamento nullo  
I beni ai 22 nipoti del maggiordomo  
FRANCO VANNI A PAGINA 19

**Calcio/ Serie A**  
La Juventus travolge l'Atalanta  
Prosegue da sola la fuga in vetta  
EMANUELE GAMBA E GIANNI MURA NELLO SPORT

**enel** **la Repubblica** **enel**  
Fondatore Eugenio Scalfari

www.repubblica.it ANNO 41 - N. 288 ITALIA € 2,50 CON L'ESPRESSO DOMENICA 4 DICEMBRE 2016

**VOTIAMO PER L'ITALIA E PER L'EUROPA E PRODI SPIEGA IL SUO SÌ**  
EUGENIO SCALFARI  
L'ARTICOLO di Mario Calabresi e quello di Stefano Folli usciti su questo giornale inquadrano perfettamente la crisi che l'Italia sta attraversando, una crisi epocale che ha colpito perfino l'America con la vittoria di Donald Trump e che colpisce in modo particolare l'Europa (e l'Italia), un continente che stenta terribilmente a unificarsi, anzi sta disgregando il poco che aveva creato, ogni giorno di più.  
La crisi italiana aggiunge una sorta di disfacimento all'analoga crisi europea, il peggio si aggiunge al peggio. Il tutto è esploso con questo referendum che abbiamo tra i piedi.  
Mi permetto di ricordare il calendario: è sabato il giorno in cui sto scrivendo e i miei 25 lettori mi leggeranno domani mentre stanno votando o hanno già votato. Ovviamente né io né i

**Referendum, oggi si decide**  
**Un verdetto oltre le riforme**  
> Urne aperte dalle 7 alle 23. Polemica sul silenzio elettorale violato

**L'INSERTO**  
**ROBINSON**  
Luci alla Scala

**L'INTERVISTA**  
Kepek: in Francia destra e sinistra cancellate dall'onda populista  
PIETRO DEL RE A PAGINA 13

**USA-CINA**  
Una telefonata e Trump litiga subito con Pechino  
Il colloquio con Taiwan scompagina i pilastri della politica asiatica  
DAL NOSTRO CORRISPONDENTE FEDERICO RAMPEINI  
NEW YORK  
A PRIMA crisi internazionale

Fig.2 *La Repubblica* – 4 dicembre 2016



Agli articoli di fondo (a firma di Franco Venturini per *Il Corriere*, di Eugenio Scalfari per *la Repubblica*, e di Maurizio Molinari per *La Stampa*) è, dunque, demandata la funzione interpretativa. Attraverso la contestualizzazione del fatto all'interno di un contesto europeo scosso durante l'anno appena trascorso da ondate di cambiamento (e a volte di sfaldamento dall'ideale unitario) oppure per mezzo dell'invito a ricomporre i toni all'indomani del risultato elettorale, le tre principali testate giornalistiche offrono accanto al fatto, un momento di riflessione, un commento. Tutte e tre, inoltre, rimandano alle pagine interne per gli approfondimenti riguardo ai possibili scenari e all'analisi della campagna elettorale appena trascorsa.



Fig.3 La Stampa – 4 dicembre 2016

In un'analisi sull'obiettività dell'informazione, però, le considerazioni più evidenti traggono spunto in negativo, partendo cioè dall'analisi di quei casi in cui essa più platealmente viene meno. Gli esempi di prospettive precise a danno dell'obiettività che prenderemo in considerazione in questa nostra analisi sono tre: *Il Giornale*, di proprietà della famiglia Berlusconi e di centro destra, *L'Unità*, quotidiano del Partito Democratico e *Il Fatto quotidiano*, testata relativamente recente che prende spesso posizione sulle più

importanti vicende politiche (non privilegiando dunque l'aspetto informativo) sebbene non sia legato apertamente a partiti o schieramenti.

Il quotidiano di Sallusti apre la prima pagina del 4 dicembre riportando a caratteri capitali rossi un grande No. Nessun riferimento agli orari di apertura delle urne, né al voto austriaco, né alla polemica che ha fatto da contorno al periodo di silenzio elettorale. In realtà a ben vedere non vi è alcun riferimento nemmeno all'oggetto del voto stesso. La parola Referendum non è utilizzata né nei titoli del taglio alto, né nel lungo sommario che "spiega" l'enorme No che campeggia in prima pagina: *Quella di oggi è un'occasione unica per ridare sovranità ai cittadini dopo 5 anni di democrazia sospesa. Renzi ha usato tutti i trucchi per vincere. Diciamo no a lui e a questa riforma truffa.*



Fig.4 Il Giornale – 4 dicembre 2016

I toni non sono quelli del racconto giornalistico, non si sta informando il lettore in merito a questo o a quell'avvenimento ma si tratta di un'opinione, una presa di posizione sistemata in prima pagina come ultimo



monito prima delle urne. Evitando analisi di tipo qualitativo (non è questo l'oggetto della nostra tesi), non possiamo però che affermare che in questo caso l'ideale dell'obiettività è palesemente messo da parte. Il giornalista e il redattore si sono apertamente schierati rispettando l'impostazione storica de *Il Giornale*. L'articolo di fondo, a firma di Sallusti stesso, specifica, semmai non fosse già abbastanza chiara, la posizione del quotidiano in merito al quesito referendario.

Di posizione diametralmente opposta ma, più o meno, di uguale impostazione tecnica, *L'Unità* titola riproponendo lo slogan "Basta un sì". Anche il sommario (*Gli italiani votano per confermare la riforma costituzionale. Per cambiare il Paese*) e il titolo dell'articolo di fondo a firma di Walter Veltroni (*Le riforme necessarie*) sono tutti orientati alla conferma e non certo al rifiuto.

**L'Unità**

Fondata da Antonio Gramsci nel 1934

Questo giornale ha rinunciato al finanziamento pubblico

C1,40

Anno 93 n. 314  
Domenica, 4 Dicembre 2016  
unita.tv

**Violenza femminile, una vecchissima storia. La racconta la medievalista Piccinni: i maschi ci hanno sempre tirato i capelli. Ma i ragazzi giustificano gli abusi** Boldrini e Riso P. 10-11

**ristora**  
INSTANT DRINKS

# Basta un Sì

**La domenica di Walter Veltroni**

**Le riforme necessarie**

**L**o spero che molti cittadini vadano a votare. Da quando sono al mondo sono sempre andato alle urne, non ho mai accettato inviti all'astensione, neanche in occasione dei referendum sulle trivelle. Votavo bello. E, in queste settimane, la politica è tornata nelle discussioni delle famiglie, ci si è fermati a riflettere sul proprio paese, sul nostro futuro collettivo. Ma, nonostante questo, è stata la più brutta campagna elettorale che io ricordi. I toni, la violenza delle parole, la risonanza del contenuto oggetto del referendum, tutto ha finito col trasferire questa contestazione in qualcosa di diverso dal suo merito. Si voterà su altro: sul governo, sulla politica europea, sui migranti. Se ogni cosa possibile, meno che sul merito. Ma, al di là di questo, mi ha molto colpito, come ha ben notato Michele Serra, il tono delle parole, il senso di odio e di contrapposizione che traspare da esse, fino all'accusa

**Se buongiorno volesse dire buon giorno**

Sergio Stanzino

«**C'**è un tallo auspicabile di colline, di demozionazioni dell'altro, di cattiveria che esce dall'anima degli italiani in questi ultimi anni e c'è nel mondo una crescita di odio, dovuta anche alla predicazione dei fondamentalisti di ogni tipo; la nostra specie, si sa, è molto cattiva (uccide, massacro, fa giocare di mine, autobombe, laggiù, insospizioni, entrare a gas, schiavitù), carichiamo, questa è la nostra differenza, di non cadere nella trappola dell'odio: è un tempo buono, questo, a volte triste, il tempo, appunto, del freddo, dell'odio – così aveva detto l'irpeudeo nel suo gran poema: odio, amore; per questo contrapposiamo all'odio, solidarietà diversamente, il caldo amore...»

«Questo parlo di Giuliano Scabia», scrive in una lettera ai suoi colleghi e amici teatrali (per una di loro è modifera l'impiego sociale, culturale e politico), mi hanno colpito molto. Anche lo come lui e come tanti altri sensibili pensatori delle atmosfere, mi sento immenso in una inarrestabile

**● Gli italiani votano per confermare la riforma costituzionale Per cambiare il Paese**

Fig.5 L'Unità – 4 dicembre 2016

Il Sole 24 ore quello stesso giorno propone una prima pagina che tiene ovviamente conto del fatto principale del giorno, ossia il referendum, ma lo fa partendo dal proprio punto di vista: concentrandosi, cioè sul settore economico e sui risvolti che il voto potrebbe avere sull'andamento dei mercati finanziari.

Il titolo di apertura, *Referendum, l'attesa di mercati e banche* va dunque letto in questa chiave. Il riferimento contenuto nell'occhiello ai *tre scenari per il dopo voto*, tiene conto della preoccupazione diffusa in campo finanziario per l'eventuale periodo di instabilità politica che potrebbe seguire il voto. Fra i timori principali le possibili ripercussioni dell'esito referendario sulle sorti di una delle principali banche italiane, Monte dei Paschi di Siena, impegnata in un aumento di capitale di 5 miliardi.



Fig.6 Il Sole 24 ore – 4 dicembre 2016

I giorni immediatamente successivi al voto sono caratterizzati, giornalmisticamente parlando, da una presa d'atto del risultato e da una frenesia legata alle determinazioni politiche dell'immediato futuro. I tre principali quotidiani informativi ripropongono in prima pagina il risultato del voto sottolineando l'eccezionalità dell'affluenza alle urne e riportando la decisione del premier Renzi di dimettersi.

Ed è un quindi un fiorire di titoli quasi fotocopia: *L'onda del no*, *Renzi lascia* (Il Corriere), *Trionfa il no*, *Renzi lascia* (La Repubblica), *No a valanga*, *Renzi: mi dimetto* (La Stampa) e anche in altri quotidiani *Vola il no*, *spallata a Renzi* (Il Messaggero), *Sfonda il no*, *Renzi: finisce qui* (Il Mattino). Anche Il Sole 24 ore lascia ampio spazio al fatto politico e titola *L'Italia ha scelto il no*, *Renzi: mi dimetto*, riprendendo però

poi la consueta attenzione per i fatti economici nella seconda riga dell'occhiello (*Oggi il test su Borse, banche, spread e BTP – l'euro cala da 1,066 a 1,050 sul dollaro, poi in parte risale – Tokio apre in flessione*) e, chiaramente, nei restanti articoli della prima pagina con un richiamo diretto alla questione Mps (*In bilico l'aumento di Mps, il Tesoro valuta il piano B*) e con ben due articoli di fondo (*Quell'agenda economica che non può attendere e Ora i mercati chiedono rapidità nelle risposte*).

Il giorno successivo è ancora il fatto politico a farla da padrone con l'analisi delle consultazioni politiche per il dopo Renzi.

Andando ai poli estremi del mondo dei giornali italiani, l'analisi si fa più interessante considerando il comportamento de Il Giornale che passa da un entusiastico *Renzi va a casa* a un polemico *C'è aria di truffa. Renzi non si dimette*.

I titoli de Il Giornale sono entrambe le volte scritti in caratteri cubitali e accompagnati da occhiello in azzurro, *Stravince il no al 60 %*, per la prima pagina del 5 dicembre, e *Il No tradito*, per il giorno successivo. Entrambe le pagine presentano un lungo sommario che, tra le altre notizie, riporta in neretto una citazione, *La rivincita di Berlusconi: «Ora legge elettorale insieme» e Berlusconi: non siamo disponibili a nuovi governi*. Le scelte editoriali post referendum, più articolate di quanto abbiamo visto nella prima pagina del 4 dicembre dove era un enorme “no” a farla da padrone, manifestano in modo evidente la marcatura stilistica del quotidiano (titolazione a caratteri cubitali e di tono sensazionalistico), la posizione ideologicamente schierata della testata e soprattutto la sua proprietà. Entrambe le volte, infatti, a essere enfatizzata è, guarda caso, proprio la dichiarazione di Berlusconi.

D'altro canto anche il Pd è dotato di un proprio organo ufficiale che è L'Unità. Il quotidiano si salva dall'impaccio di commentare la sconfitta elettorale poiché giorno 5 dicembre, come ogni lunedì, non va in edicola. Il giorno successivo, si ritrova quindi a commentare una situazione leggermente diversa poiché il Presidente della Repubblica frena gli inneggiamenti al “voto subito” dando priorità alla legge di bilancio e alla necessità di attendere la consulta elettorale. L'Unità esce in edicola con un semplice e simbolico *Avanti, avanti* demandando all'articolo di fondo un'analisi della sconfitta elettorale, *Guardiamo dentro il no*.

Anche il Fatto Quotidiano salta la pubblicazione del lunedì e arriva in edicola il 6 dicembre titolando ironicamente *Renxit* e ancora, nel sommario, *Mattarella lo mette in riga: “Prima approvi la manovra poi te ne vai”*.

Se, all'analisi del solo giorno del 4 dicembre le posizioni de Il Giornale e de Il Fatto Quotidiano sembravano collimare, l'analisi dei giorni successivi porta con sé tutta l'evidenza della distanza esistente tra le due testate. Basta ricordare che Il Fatto Quotidiano nasce nel 2009 proprio in opposizione a Berlusconi e con l'intenzione di creare una testata indipendente.





del lunedì  
**il Giornale**

40 ANNI CONTRO IL CORO

VENERDÌ 5 DICEMBRE 2016

Direttore ALESSANDRO SALLUSTI

Anno XXXI - Numero 41 - 1.50 euro\*

www.ilgiornale.it



**STRAVINCE IL NO COL 60%**

# RENZI VA A CASA

*Referendum, affluenza al 70%: tutto il Paese si ribella al governo  
Il premier si dimette: «Ho perso, la poltrona che salta è la mia»  
La rivincita di Berlusconi: «Ora legge elettorale insieme»*



**il Giornale**

40 ANNI CONTRO IL CORO

VENERDÌ 6 DICEMBRE 2016

Direttore ALESSANDRO SALLUSTI

Anno XXXI - Numero 41 - 1.50 euro\*

www.ilgiornale.it



**IL «NO» TRADITO**

# C'È ARIA DI TRUFFA RENZI NON SI DIMETTE

*Il premier tenta l'inciucio con Mattarella: vuole restare  
in carica fino al voto dopo la sentenza della Consulta  
Berlusconi: non siamo disponibili a nuovi governi*

Fig. 7 Il Giornale – 5 e 6 dicembre 2016

## 2.3 Per concludere

In questo capitolo, si è preso in esame un periodo della recente storia italiana in cui particolare importanza hanno avuto le notizie politiche proprio per mettere in mostra le diverse interpretazioni di cui è capace il sistema dell'informazione. Da questa analisi sono venute fuori in maniera evidente affinità e differenze nelle posizioni assunte da diversi quotidiani nel contesto politico.

Dal confronto appena concluso emergono alcuni fattori già analizzati, sul piano teorico, nel primo capitolo. Il dovere principale dei quotidiani è quello di informare, a prescindere da quale possa essere il loro orientamento ideologico. Il risultato, però, è un'informazione su cui intervengono delle valutazioni, che possono essere soggettive ma spesso sono di matrice redazionale, che hanno delle conseguenze nette sull'impostazione delle diverse testate.

Ciò vale per i cosiddetti "giornali di informazione", intendendo quei giornali che mirano a una produzione giornalistica che si richiama direttamente alla regola dell'obiettività. In questi casi, l'obiettività è un fine a cui tendere. Non sempre questo obiettivo viene perseguito in modo perfetto, ma in linea generale possiamo affermare che il risultato è un insieme di notizie non affette da distorsioni ideologiche esagerate.

I giornali politici o orientati, invece, hanno proposto una lettura della realtà più vicina alla posizione politica di riferimento. Non hanno alterato i contenuti del fatto in sé ma l'hanno ricostruito partendo da una tesi preesistente. Si tratta di una presa di posizione che sta a monte rispetto alla confezione della notizia. Ogni giornale costruisce la sua identità anche sulla relazione che intrattiene con il pubblico: i giornali di partito, politici e ideologicamente orientati, preferiscono scostarsi dall'ideale di obiettività per abbracciare un sistema di valori che si pensa sia condiviso anche dal proprio specifico pubblico di lettori.

# Conclusioni

Come abbiamo visto, il tema dell'obiettività giornalistica è stato (e continua a essere) molto dibattuto: lungo tutta la storia del giornalismo moderno sono stati molti tra sociologi, editori e intellettuali a occuparsi dell'argomento. La questione si è posta con maggiore insistenza in determinati periodi storici in cui più ardente è sembrata essere la necessità di contribuire alla formazione di un'opinione pubblica libera e consapevole.

Anche se il dibattito attorno all'obiettività vive di fasi alterne, l'argomento conserva sempre un posto centrale nell'ambito della definizione dell'etica giornalistica. Alla base di questa centralità è l'importante posizione che il giornalismo stesso si è ritagliato all'interno della società moderna. Definito come "quarto potere", il giornalismo svolge un ruolo fondamentale nello svolgimento della vita pubblica poiché gli spetta il compito di rendere noti avvenimenti che possono interessare i cittadini. Il suo potere persuasivo non è in dubbio in quanto, nello svolgimento della sua preminente funzione informativa, una testata giornalistica o radiotelevisiva è in grado di accreditare una particolare interpretazione degli avvenimenti, indirizzare o distrarre l'attenzione dell'opinione pubblica da un determinato fatto e, nei casi più estremi, manipolare una notizia e gli effetti sui suoi lettori o spettatori. Alla funzione informativa possiamo accostare «fini diversi [...]: creazione di opinioni, sostegno di orientamenti politici, promozione pubblicitaria, tutela di interessi economici»<sup>31</sup>. Tenendo conto di tutte queste mutevoli facoltà, appare quanto mai necessario tener ben fermo l'ideale dell'obiettività giornalistica.

Detto questo, l'obiettività è un concetto molto difficile da definire. Se, infatti, attribuiamo alla parola "obiettività" il significato di neutralità, molto facilmente ci ritroveremo ad affermare che non esiste. Non bisogna andare molto lontano per capire cosa voglia dire questa affermazione. È, infatti, sufficiente rifarci alle prime pagine analizzate nel precedente capitolo, tenendo conto anche degli esempi proposti, per vedere come uno stesso avvenimento sia stato presentato in modo diverso a seconda della testata che lo ha trattato. Possiamo, dunque, concludere che ogni redazione giornalistica e ogni giornalista si trovano di fronte alla definizione di scelte che determinano il taglio editoriale di quella specifica testata con la conseguenza da un lato di caratterizzare la propria linea produttiva e dall'altro di eliminare la tanto dibattuta neutralità.

Per scendere più nel dettaglio e avvalorare la nostra tesi, potrebbe essere utile analizzare ogni fase del procedimento che porta la realtà a diventare notizia. Ogni giorno in una redazione arrivano centinaia di possibili notizie. Il primo passo è la scrematura di questo mare magnum. Negli Stati Uniti e nei paesi anglosassoni, la persona che ha il compito di effettuare questa selezione viene chiamata *gatekeeper*. Letteralmente il *gatekeeper* è colui che controlla l'accesso a qualcosa, volendo tradurre con una parola italiana il "portiere" o il "custode". In ambito di notiziabilità, questo termine assume un significato molto suggestivo. Il *gatekeeper* è chi apre e chiude il passaggio a un fatto per la sua immissione nel circuito dei

---

<sup>31</sup> FESTUCCIA 2010, p.41



media. Se una storia viene ritenuta “notiziabile” diventerà notizia, altrimenti rimarrà fuori dal sistema mediatico e non sarà diffusa.

Fin qui, il procedimento è uguale per tutti. In realtà, però, i principi secondo i quali si stabilisce se qualcosa possa diventare notizia non sono regole standard ma metodi soggettivi. «In poche parole, i criteri di notiziabilità non sono altro che particolari caratteristiche degli eventi che li rendono idonei a diventare Notizia, adattati di volta in volta alla linea editoriale, al contesto e al particolare tipo di lettore. Oggi, poi, la presenza di un elevato numero di testate rende quest’ultimo elemento molto importante perché porta alla fidelizzazione di un determinato pubblico che si riconosca in interessi e valori comuni».<sup>32</sup>

Il giornalista che attua questa selezione, dunque, tiene conto da un lato dell’impostazione generale della propria testata e dall’altro agisce secondo un mix di istinto, sensibilità ed esperienza. Come sottolinea Bryson Hull in un articolo pubblicato dal Center for Digital Ethics & Policy, «each of us observes situations through our own unique lenses [...], no matter how hard we try, comes to every situation with our own set of individual experiences and beliefs, all of which shape the act of observation». Ovvero, traducendo, ognuno di noi osserva la realtà attraverso le proprie lenti e, per quanto ci provi duramente, arriva a valutare ogni situazione con il proprio bagaglio di esperienze e credenze individuali, le quali insieme condizionano l’atto stesso dell’osservazione.

Si tratta, cioè, di considerare non i preconcetti o gli orientamenti politici ma quel «person’s natural set of predilections through which he or she views the world in the simplest, most comfortable or comforting way»<sup>33</sup>. Cioè, quell’insieme di inclinazioni individuali di cui ci serviamo per conoscere il mondo.

A questo bisognerebbe aggiungere «il fatto di rivolgersi a un pubblico [...] tutta l’industria dei media si regge, come ogni altra produzione di beni di consumo su una domanda. A seconda di questa domanda il giornalista guarderà in modo diverso gli avvenimenti, cercando soprattutto quelli che potranno interessare il suo potenziale pubblico»<sup>34</sup>.

Si tratta di valutazioni che vengono fatte necessariamente partendo da un punto di vista e che quindi non sono e non possono essere neutrali. Scelte del genere sono prese non solo in merito alla selezione delle notizie ma riguardano anche il tipo di impaginazione scelta, la grafica utilizzata, la posizione e lo spazio riservati a ogni singola notizia.

Una volta che il giornalista ha, infatti, scelto quale fatto debba diventare notizia, inizia il processo che viene definito “trattamento della notizia”. Ricorrendo a tecniche linguistiche e rifacendosi a particolari stili, il giornalista lavora sulla realtà dei fatti per far sì che essi possano diventare gli articoli del giorno dopo. In poche parole, riduce quanto è successo in una forma ben precisa che è l’articolo o il servizio giornalistico. Il procedimento del trattamento della notizia, oggetto di molti corsi e laboratori di scrittura, non costituisce però solo l’applicazione di conoscenze tecniche ma, per dirla come Mario Giacomarra, «produce una vera e propria deformazione della realtà, perché le informazioni di partenza sono sottoposte a un processo di

---

<sup>32</sup>FESTUCCIA, 2010, p.33

<sup>33</sup>HULL 2017

<sup>34</sup>FESTUCCIA, 2010, p.33

lavorazione che le fa passare da un universo all'altro: dall'evento al racconto; da una realtà fatta di cose, azioni, persone ad una fatta solo di parole»<sup>35</sup>.

A questa fase ne segue un'altra: quella dell'impaginazione. Anche in questo caso alla redazione spetta prendere delle decisioni che non sono neutre. Mettere una notizia in prima pagina o trattarla più avanti, assegnarle una categoria riservandole un posto in una pagina dedicata a una specifica tematica, che sia di cultura, di economia o di cronaca ad esempio, trattarla nel taglio alto o in quello basso, accompagnarla con immagini o schemi o approfondimenti, sono tutte operazioni che presuppongono un'interpretazione e l'assegnazione di connotazioni non incluse nel significato iniziale. «Ne consegue che essa [la testata] fornisce al lettore una specifica immagine del mondo, perché sceglie tra gli eventi quelli da porre in rilievo: presenta la visione del mondo e della vita propria della testata. Dietro c'è tutto un sistema di valori e di attese condiviso dagli operatori del giornale e che si presume lo sia anche da parte dei lettori»<sup>36</sup>.

Riprendendo alcune analisi proposte da Umberto Eco, dobbiamo poi tenere in considerazione il fatto che ogni notizia assume un significato differente in virtù dei “sistemi di attese” del pubblico che la riceve. In pratica, le stesse parole si caricano di diverse connotazioni a seconda del giornale in cui vengono pubblicate, poiché il sistema di attesa del lettore di una testata molto probabilmente è diverso da quello del lettore di un'altra<sup>37</sup>.

Per capire quanto possa essere rilevante il sistema di attese del pubblico, basta riprendere le prime pagine proposte nel precedente capitolo per un ulteriore confronto. Rileggendole, infatti, appare ragionevole affermare che il titolo *Trionfa il no, Renzi lascia*, comparso su La Repubblica il giorno successivo al referendum possa essere, da un punto di vista strettamente letterale, assimilato al *Stravince il no al 60%, Renzi va casa* con cui apre Il Giornale. Tuttavia, è evidente anche ad occhi non troppo esperti che il significato dei due titoli, seppur simili e riferiti ad un uguale avvenimento, differisce per tutto un complesso di connotazioni legate da un lato alla presentazione grafica e dall'altro alla stessa storia e impostazione delle due testate. E dunque, seppur le singole parole avulse dal contesto risultino quasi neutre, anche il lettore medio sarebbe in grado di riconoscere un senso di trionfo e soddisfazione nel titolo de Il Giornale. Il linguaggio in questo caso funge da cassa di risonanza alle attese del lettore.

Al termine di queste considerazioni non possiamo che affermare che un'informazione obiettiva, definita in senso assoluto, come un giornalismo in cui i principali attori siano in grado di mantenere costantemente e senza eccezioni un atteggiamento imparziale ed esente da pregiudizi e passioni personali, rappresenta forse un ideale irrealizzabile. Accettando tutte le limitazioni appena analizzate, risulta infatti impossibile essere completamente obiettivi.

---

<sup>35</sup> Mario Giacomarra, *Manipolare per comunicare. Lingua, mass media e costruzione della realtà*, Palermo, Palumbo & C. Editore, p.97.

<sup>36</sup> Mario Giacomarra, *Manipolare per comunicare. Lingua, mass media e costruzione della realtà*, Palermo, Palumbo & C. Editore, 1999, p.98

<sup>37</sup> Umberto Eco, *Guida all'interpretazione del linguaggio giornalistico*, in “La stampa quotidiana in Italia”, di Capecchi V. e Livolsi M., Milano, Bompiani, 1971, p. 341

Tuttavia, «Se la teoria e la pratica – come afferma Sergio Lepri - ci dicono che l’obiettività non è di questo mondo; che l’informazione non è mai neutrale o asettica, che una descrizione è sempre condizionata, più o meno, da fattori soggettivi, tutto questo non significa che non ci si deve sforzare di raccontare o definire un fatto rispettando, quanto più possibile gli elementi che lo compongono [...] la notizia insomma è la massima approssimazione possibile all’effettivo svolgimento del fatto, e l’obiettività è un traguardo che non sempre si può raggiungere, ma al quale si può tendere senza eccessive difficoltà»<sup>38</sup>

Tenendo fermo il compito di informare, è possibile ispirarsi al principio di un’informazione obiettiva con il fine di proporre un’informazione onesta e in grado di aiutare il lettore a farsi un’opinione sull’oggetto dell’informazione. In quest’ottica, il concetto di obiettività andrebbe leggermente modificato ponendo l’accento su « fidelity to facts, balance and impartiality» ma non solo. Bryson Hull, giornalista per tanti anni per Reuters News, nell’articolo già citato, lamenta i limiti del modello giornalistico rigorosamente basato sull’obiettività e sostiene, che nel moderno mondo dell’informazione dove abbondano le notizie e dove è difficile distinguere tra flussi a cui dare credibilità e altri poco fondati, appare quanto mai importante tenere in considerazione altri due valori: l’esperienza e l’autorità.

Questa impostazione è, molto probabilmente, anche figlia del cambiamento del ruolo stesso del giornalista. Oggi, attraverso una tecnologia diffusa (basta pensare a cosa si può fare con i cellulari) e i social chiunque sia testimone diretto di un evento può in qualche modo sostituirsi al giornalista nel diffondere immagini o segnalare avvenimenti. Il mondo dell’informazione professionale deve dunque dimostrare di avere un “valore aggiunto” attraverso un’analisi dei fatti che si regga su una maggiore esperienza e sulla capacità di contestualizzare, liberare da possibili fraintendimenti, offrire uno sguardo più profondo. Per questo, però, il termine di obiettività deve essere declinato in maniera diversa e si dovrebbe prestare maggiore attenzione a valori come l’onestà e la trasparenza.

«Il giornalista obiettivo è quel giornalista che dice le cose come stanno – afferma Roberto Gervaso -. Dice le cose come le vede senza pregiudizi, senza paraocchi, o per lo meno con pregiudizi e paraocchi che nel momento in cui vede le cose, non lo condizionano, lui vuole essere sincero, vuol dire la verità, vuol raccontare le cose come le vede, anche se non è escluso che le possa vedere nel modo sbagliato»<sup>39</sup>.

---

<sup>38</sup> GIACOMARRA 1999, p.102

<sup>39</sup> FESTUCCIA 2010, p.99

# BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

BARBATO 1996 - Barbato Andrea, *Come si manipola l'informazione*, Editori Riuniti, 1996

BECELLONI 2017 - Bechelloni Giovanni, *Obiettività dell'informazione*, in Franco LEVER - Pier Cesare RIVOLTELLA - Adriano ZANACCHI (edd.), *La comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche*, [www.lacomunicazione.it](http://www.lacomunicazione.it) (04/01/2017)

BRANCOLI 1994 - Brancoli Rodolfo, *Il risveglio del guardiano. Dal giornalismo americano un modello informativo per la Seconda Repubblica*, Milano, Garzanti, 1994

COLOMBO 1999 - Colombo Furio, *Manuale di giornalismo internazionale*, Bari, Laterza, 1999

ECO 1969 - Eco Umberto, *Il lavaggio dei lettori*, in «L'Espresso», n. 28, 13 luglio 1969

ECO 1971 - Eco Umberto, *Guida all'interpretazione del linguaggio giornalistico* in *La stampa quotidiana in Italia*, di Capecci V. e Livolsi M., Milano, Bompiani, 1971

ECO 1979 - Eco Umberto, *Obiettività dell'informazione: il dibattito teorico e le trasformazioni della società italiana*, in Eco et al., «Informazione, consenso e dissenso», Milano, Il Saggiatore, 1979

FESTUCCIA 2010 Festuccia Flaminia, *L'oggettività dell'informazione. Tra mito professionale e ideale regolativo*, Armando editore, 2010

GIACOMARRA 1999 - Giacomarra Mario, *Manipolare per comunicare. Lingua, mass media e costruzione della realtà*, Palermo, Palumbo & C. Editore, 1999

GILI 2016 - Gili Guido, *Il problema della manipolazione: peccato originale dei media?*, Milano, Franco Angeli, 2016

HULL 2017 - Hull Bryson, *Journalistic objectivity is fiction – and that's just fine*, sul sito del Center for Digital Ethics & Policy, <http://digitaletics.org/essays/journalistic-objectivity-fiction/> (23/01/2017)

LEPRI 1999 - Lepri Sergio, *Professione giornalista*, Etas 1999

LIVOLSI E SCHIZZEROTTO 1971 - Livolsi Marino e Schizzerotto Antonio, *Meccanismi di manipolazione della stampa quotidiana*, in “*La stampa quotidiana in Italia*”, a cura di Capecchi V. e Livolsi M., Milano, Bompiani, 1971

OTTONE 1978 - Ottone Piero, *Intervista sul giornalismo italiano* (a cura di Paolo Murialdi), Laterza Roma-Bari, 1978

PAPUZZI 2003 - Papuzzi Alberto, *Professione Giornalista*, Roma, Donzelli, 2003

# JOURNALISTIC OBJECTIVITY: UTOPIA OR REALITY?

## INTRODUCTION

As a basic element of *deontological code* for the *journalistic* profession, objectivity is a widely discussed and quite controversial concept. On one hand, it sheds light on the fact that people need information that is not a manipulation tool of consciences, and on the other hand, underlines a journalist's task, to give the citizens elements to form an independent judgment. To do this, the journalist should look for, process and share data about politics or news stories with the greatest possible accuracy.

However, is it really possible to bring to public attention only the facts, free from any personal filter? In few words, the question is: does the objectivity exist? We are trying to provide an answer in this thesis by exploring theory and analyzing newspaper page.

## PART 1: THEORY

First, we need to consider how this concept has changed during the history of journalism. In the past, at the dawn of journalism, the issue of manipulative information was not even considered. Earlier newspapers were born in Europe, more specifically, in Italy, and were handwritten newsletters. For a long time, readers belonged to a small elite. The journalistic activities, as they are understood today, will start much later, during the French Revolution, when the extremely stringent censorship will be tested by the spread of ideals like freedom and equality.

Nowadays, however, things are quite different. The world of information has opened its doors to much wider sections of society, but under certain aspects, this enormous expansion of its borders has made it even more vulnerable.

During the 19th century, Journalism was transformed by the birth of *penny press*: no more sheets restricted to a certain range of public and topics, but newspapers, planned for a wide general public and sold at a penny from newsboys on street corners. It was a radical upheaval. Advertising policy, headlines and the whole paradigm of consolidating information changed. For the first time, facts became objects of selection and interpretation. The world of journalism started talking about objectivity and the Five Ws, a formula for event-recording that restricts personal interpretation. By responding to questions Who? Where? When? What? and Why?, journalists tried to reduce the news to its essence. Objectivity has been developed primarily like a separation of news from comment, facts from opinions.

This approach has some limits. Reporting facts without any filter can transform journalism in a megaphone of any type of statements with important consequences. For example, it was what happened

during the late 1940s and early 1950s with Joseph McCarthy's anti-*communist* activities. The possibility of communist disruption seemed frighteningly real to many people in the United States.

Nevertheless, American journalism had the merit of creating an autonomous structure, highly professional and with a well-integrated position in society. The earlier method of the Five Ws has morphed into something slightly different. Single events are analyzed in depth and in context; the so-called news analysis has asserted itself in American newspapers, where a reader can find facts and opinions well separated. Italian journalism has been and is very different: newspapers remain strongly linked to the world of politics; publishers are never pure, without interests and properties in other areas and journalists do not seem to take full awareness of their professionalism.

Additionally, in Italy, the definition of the term objectivity has been and is essential in the cultural debate about journalism. The semiotician, Umberto Eco, focused on the topic repeatedly. In his opinion, reality filtered by media was necessarily "manipulated". One of the most important Italian journalists, Indro Montanelli, considered objectivity only as a technique represented by detachment from reality in order to convince the reader that it exists.

Nonetheless, journalist, Piero Ottone, testified in defense of objectivity and, in particular, a set of basic rules that apply to everyone who works in journalism: rigorous sources' quotes, separation between news and commentary, as well as descriptions of the various points of view on the same subject.

During the later 1970s, Eco went back to the matter and affirmed that as a theoretical concept, objectivity was just an illusion, a myth, but he admitted that it has an empirical validity. According to Sergio Lepri, the fact that information is conditioned by subjective and structural factors, cannot lead us to surrender: we have to try to tell the fact, respecting as much as possible, the elements that compose it; trying, as much as possible to leave aside our own ideas and feelings; being impartial mediators to the best of our ability.

Nowadays, objectivity remains an important concept to define in order to give certain rules to professional journalism. News is considered the most important point of connection with the world, for a considerable number of social actors. The amount of information is growing exponentially and readers have at their disposal, newspapers, TVs, radios, the internet and, last but not least, social networks. Publication costs are broken down by digitalization. The internet allows anyone to share content and legitimizes every point of view; a situation that presents many opportunities and risks.

In this context, journalistic objectivity commands a much greater importance than it had in the 19th century; it is an area that involves many analytical dimensions as procedures, organization of work and professional ethics. It also involves all the languages and their expressive, communicative and informative values. Those who study journalism or work in the media system have to consider the spectacular representation of the news, the value of images and the use of statistical data, while being cognizant of thinking and knowledge styles, the relationship between reason and emotion and the contrast between intellect and feelings.

Over recent decades, the issue of *unintentional distortion* of news has become very important. In the past, distortion of news was considered as only a consequence of a voluntary attitude. Nowadays, it is believed to derive from the way in which editorial offices are organized and the own characters of the professional culture. In the information production process, professional, occupational and organizational newsroom practices play a more decisive role than trends and ideological options of journalists. The fundamental requirement is to "build" the news in forms that are compatible to reproduction and mass distribution.

## PART 2: ANALYSIS

Here, we propose a detailed analysis of how the presentation of the same news by various newspapers can differ. In particular, this analysis considers a recent period of Italian politics: the constitutional referendum of December 4, 2016. It seemed indicative and full of ideas for our observation the political confrontation, gone on stage, in the newspapers and in other media.

The whole system of mass media is not an organic organization; however, it consists in disparate information reaching the public through different media. Each newspaper or broadcaster is characterized by a personalized style, production model and history that results in the establishment of a signature bond of trust with the public.

We can make a distinction between newspapers that, while favoring the informative aspect of news, try to maintain a general level of objectivity and political-orientation that interprets reality according to a precise value system generally attributable to a party or a group of power.

On December 4, 2016, Italian citizens were called to express their vote on the constitutional reform. The front of "No", in fact, composite and transversal to different political groups, suggested a symbolical rejection of the reform, to *express* formal disapproval of Renzi Cabinet.

Newspapers then arrived on newsstands at the end of this strong political struggle. One faction and the other continued the campaign on social media: Facebook and Twitter in particular. The failure to respect the electoral silence added fuel to the fire.

Analyzing the first pages of that day and the next, it is possible to make an evaluation of what was the main approach taken by the various newspapers. Three of the most important national daily, *Il Corriere della Sera*, *la Repubblica* and *La Stampa*, focused on informative function and separate facts from comments. Headlines were very similar; in all the three newspapers, the main article was about Referendum. "*L'Italia vota, lite sul silenzio elettorale*" in *Corriere della Sera*, "*Referendum, oggi si decide. Un verdetto oltre le riforme*" in *La Repubblica* and "*L'Italia vota, Governo al bivio*" in *La Stampa*.

We can find these differences also on the newspapers of December 5, 2016. The so-called informative newspapers pointed out the Referendum result and its political consequence with very similar headlines. For example, "*L'onda del no, Renzi lascia*" in *Il Corriere* or "*No a valanga, Renzi: mi dimetto*" in



*La Stampa*. The following day, these newspapers focused on the analysis of political consultations about the replacement of Renzi.

Conversely, newspapers like *Il Giornale*, owned by the Berlusconi's family, *L'Unità*, very close to the positions of the Democratic Party which holds a part of the property, and *Il Fatto Quotidiano*, a relatively new magazine that often adopts a position on the most important political events (not favoring the informative aspect) set aside the ideal of objectivity. In this case, we had headlines that were very different in content, but similar in forms. A big "No" in *Il Giornale* and "Basta un sì" in *L'Unità* are the main headlines of December 4, 2016. After the vote, *Il Giornale* is enthusiastic and publish in its first page a big headline: "Renzi va a casa".

This comparison depicts how some elements, already analyzed in the first part- even if only on a theoretical level, are reflected in practice. The primary duty of each newspaper is to inform, regardless of its ideological orientation. The result, however, is information on which assessments are involved that can be subjective, but often editorial.

## CONCLUSIONS

Defined as "the Fourth Estate", journalism plays a key role in public life, because it has the task to disclose events that may be interesting for citizens. Its power of persuasion is not without doubt, because a news magazine, radio or television is able to accredit a particular interpretation of events, to direct or to distract public attention regarding a certain fact and, in extreme cases, to manipulate news and their effect on its readers or viewers. In addition to the informative function, journalism can have different purposes: creating opinions, supporting political guidelines, advertising or protecting economic interests.

Having said that, objectivity is a very difficult concept to define; if we consider "objectivity" as neutrality, it is very clear that we will conclude that it does not exist. It is sufficient to consider the front pages analyzed in the previous chapter, taking into account the examples, to see how a single event had been differently treated. Each reporter and each editorial staff has to choose what fact can become a notice. On one hand, the consequence is characterization of the editorial line, and on the other, the impossibility to retain complete *objectivity*.

Analyzing each phase of the process that morphs reality into news, we have to consider that in a newsroom, hundreds of 'possible news' arrive every day. The first step is skimming and scanning. In the United States and in English-speaking countries, the person who has the task to make this selection is called the gatekeeper. Literally, the gatekeeper is the one who controls access to something. Talking of newsworthiness, this term has a very suggestive meaning. The gatekeeper is the one who opens and closes the passage of media circuit to a fact. If a story is considered newsworthy, it will become "news"; otherwise, it will remain out of the media system and will not be widespread.

This process seems the same for all. Actually, principles for selecting news are not standard rules, but subjective methods. Newsworthiness criteria are particular characteristics of events that make them eligible to become news, adapted from time to time to editorial line, context and a particular type of reader. Today, the presence of large numbers of publications makes these elements very important, because it leads to the retention of a specific public with which it shares common interests and values.

Journalists make this selection, taking into account the general approach of their own newspaper and according to a mix of instinct, sensitivity and experience.

Those kinds of choices are made, not only regarding the selection of news, but also based on the type of layout, graphics and position of the news. Journalists tell facts so that they can become articles. Simply put, it reduces what has happened in a very specific form that is the article or news report. Putting a piece of news on the front page or treating it later, assigning it a category, reserving a place for it in one page dedicated to a specific topic (culture or economy for example) or accompanying it with images or patterns or insights, are all operations that require interpretation and assignment of connotations that are not included in the initial meaning.

We must then take into account the fact that each piece of news assumes a different meaning in virtue of the public's expectations. In practice, the same words are loaded with different connotations depending on the newspaper in which they are published. For example, the *La Repubblica's* headline "Trionfa il no, Renzi lascia" is very similar to the *Il Giornale's* "Stravince il no al 60%, Renzi va casa". However, it is also evident that the meaning of two titles, even similar and referring to the same event, differs for an entire set of connotations determined by graphical presentation and by history of the two newspapers.

We can only assert that objective information, defined in absolute terms as journalism wherein the main actors are able to maintain continuously and without exception an impartial approach, is perhaps an impossible ideal. Accepting all these limits, it is impossible to *set aside* personal values and to be completely objective.

While supporting the task of providing information, it is possible to be inspired by the principle of objectivity, proposing honesty-based information. Journalism should be able to help the reader in forming opinions. Today, through social media and a widespread technology (just think about what you can do with mobile phones), whoever are direct witnesses to an event can replace the journalist to share images or to report events. The professional world of information should therefore establish an "added value" through experience and the ability to contextualize and offer a deeper look. For this, however, the term of objectivity must be declined in different ways and one should pay more attention to values-related terms like honesty and transparency.