

NEW MEDIA

I social non siano sfogatoi dei giornalisti (vero Scanzi?)

ATTUALITÀ

31_10_2020



**Ruben
Razzante**



Il giro di vite era nell'aria, fin dall'anno scorso, ed è arrivato due giorni fa. La Bbc introduce regole molto stringenti per i suoi dipendenti (non solo giornalisti) rispetto all'uso dei social. Niente opinioni personali "su questioni di ordine pubblico, politica o

argomenti controversi" e massima obiettività e neutralità su tutti i temi sensibili. Bisogna, quindi essere irreprensibili se si lavora nella tv inglese, senza usare i propri profili social, siano essi personali o aziendali, per esprimere punti di vista sopra le righe o per attaccare colleghi o personaggi pubblici. Inoltre, i dipendenti della Bbc dovranno usare con parsimonia like, tweet, condivisioni, perfino emoticon, al fine di non trasmettere un'idea di faziosità e di offensività nei riguardi di chicchessia.

L'imparzialità, che tanto sta a cuore al nuovo direttore generale Tim Davie,

viene tradotta in regole tassative destinate a far discutere, visto che alcuni ambienti politici inglesi di opposizione già gridano alla censura. A partorire la nuova norma è stata una commissione indipendente alla quale era stato chiesto cosa avrebbe dovuto fare la Bbc per tornare ad essere e ad apparire imparziale agli occhi dell'opinione pubblica britannica.

In realtà non può che suscitare ammirazione questa iniziativa, figlia di una sensibilità tutta anglosassone per il tema dell'asetticità, dell'equidistanza, della neutralità, valori imprescindibili della buona informazione.

In Italia questa sensibilità non è granchè visibile, anzi c'è la sovraesposizione mediatica di chi la spara grossa e la propensione alla neutralità viene paradossalmente vissuta come un elemento di scarsa incisività del giornalista anziché come una garanzia di serietà e autodisciplina.

Il recente caso Scanzi è emblematico. Andrea Scanzi, firma di punta del *Fatto Quotidiano*, autodefinitosi il giornalista "più potente sui social" (le tristi classifiche dei follower gli danno ragione), ha scritto su Facebook, alcuni giorni fa, un post nel quale augura ogni sventura ai suoi avversari politici (difficile trovare oggi uno più filogovernativo di lui nel giornalismo italiano) in materia di Covid-19. "Fossi in Conte - scriveva Scanzi - adotterei le stesse misure anticovid della Svezia e farei selezione negli ospedali come la Svizzera. Poi, mi preparerei 20 kg di popcorn e 10 casse di birra e mi godrei lo spettacolo di vedervi morire come mosche". Il suo bersaglio erano i cosiddetti negazionisti, quelli che parlano di "dittatura sanitaria", quelli che lui ama chiamare fascistoidi.

Scanzi non è nuovo a uscite sopra le righe, riferite soprattutto a Matteo Salvini, che odia visceralmente, tanto che in molti hanno paragonato questo suo livore all'antiberlusconismo più becero che per oltre vent'anni ha ispirato i suoi sodali come Marco Travaglio.

Ma il giornalista del *Fatto Quotidiano* è in buona compagnia, perché sono tanti i giornalisti che manifestano senza freni inibitori il loro pensiero sui social, sentendosi svincolati da qualsiasi vincolo e non rendendosi conto che in molti casi mettono in imbarazzo la loro azienda e perdono la fiducia del loro pubblico. Dunque occorre coerenza tra l'immagine che un giornalista si costruisce nell'esercizio della sua attività professionale, alle dipendenze di una testata giornalistica, e quella che emerge dai suoi profili social.

La Rai si sta impegnando su questo versante attraverso la predisposizione di codici di comportamento per i suoi dipendenti sui social. Tuttavia, a prescindere dalle norme aziendali, va ricordato che i giornalisti sono già tenuti a rispettare la propria deontologia quando scrivono contenuti sui profili social. Lo prevede l'art.2 del Testo unico dei doveri del giornalista, in vigore dal febbraio 2016.

Sbagliano quei giornalisti che considerano Facebook, Twitter, Instagram e le altre piattaforme zone franche e territori di anarchica esternazione dei propri giudizi e di irrefrenabile liberazione delle proprie pulsioni. Ci sono giornalisti che usano i profili social per dichiarare la propria fede politica, per attaccare colleghi ed editori, per manifestare, anche in modo scomposto e volgare, opinioni che certamente non potrebbero rendere note attraverso i media nei quali lavorano.

Anche i giornalisti in pensione sono ugualmente assoggettati al vincolo della sobrietà sui social, in ragione del fatto che rimangono iscritti all'Ordine e quindi obbligati ad applicare la deontologia professionale. Questo principio continua ad essere ignorato ma tale andazzo appare alquanto rischioso. I giornalisti che si sfogano sui social e mostrano una stucchevole partigianeria e una violenza verbale inaudita danneggiano l'intera categoria e si confondono sempre di più con gli avventurieri dei social e i leoni da tastiera, privi di professionalità e pronti a usare i propri profili per sproloqui e invettive. I difensori della buona informazione dimostrino di essere tali anche fuori dall'orario di lavoro e nell'intero ecosistema digitale.