

Programmi Tv: Centromarca riprende il monitoraggio delle criticità nell'informazione sui prodotti di consumo

Milano, 29 agosto 2019 - In concomitanza con l'avvio dei nuovi palinsesti televisivi, Centromarca riprende il monitoraggio delle trasmissioni d'informazione delle reti Rai, Mediaset e La7 che offrono approfondimenti sui prodotti industriali di consumo alimentari e non food. Realizzato da *Infojuice Media Watch Institute*, da settembre 2019 a maggio 2020, l'osservatorio rileverà quotidianamente temi affrontati, stile narrativo del messaggio e altri elementi che determinano sentiment comunicativo e profilo d'immagine dei prodotti di volta in volta trattati.

«La rilevazione nasce dall'esigenza di possedere uno strumento imparziale, con cui valutare possibili criticità nelle modalità informative», spiega Ivo Ferrario, direttore comunicazione di Centromarca. «Per esempio mancanza di contraddittorio, toni ingiustificatamente allarmistici, uso parziale delle tesi scientifiche. Le evidenze ci consentiranno, se e quando la situazione lo richiede, di confrontarci apertamente e in modo trasparente con i responsabili dei programmi e gli editori, con l'obiettivo di contribuire a un'informazione di prodotto il più possibile oggettiva ed equilibrata».

Dopo stagioni contraddistinte dalla presenza ricorrente di criticità, il monitoraggio svolto tra ottobre 2018 e maggio 2019 (750 puntate di programmi esaminate) ha evidenziato la prevalenza di un approccio neutro. Criticità marcate sono state rilevate in misura inferiore al 3%. Tra le ricorrenti: uso di termini ad effetto, più suggestivi che informativi; ricorso a metafore che inducono nello spettatore una percezione negativa dei prodotti industriali di consumo; assenza di contraddittorio.

Per informazioni:
Valentina Bardozzo
Relazioni Esterne Centromarca
Tel: 02 777213357
Email: relazioni.esterne@centromarca.it