

# Fake news e manichei, l'altro volto dell'informazione

BELLO E BRUTTO, BUONO E CATTIVO, YIN E YANG. IL PARERE DI IVO FERRARIO DI [CENTROMARCA](#) SUGLI SCOOP POPULISTI CHE ATTACCANO I BRAND

di [Carmela Ignaccolo](#)

“**C**era una volta Expo. E il cibo come risorsa per nutrire il pianeta, come eccellenza e peculiarità culturale di ogni paese. Poi l'esposizione universale si è conclusa ed è arrivato il diluvio. O meglio lo stillicidio di scoop che lanciavano allarmi sul cibo. Su quello di provenienza industriale, per l'esattezza.” **Ivo Ferrario, direttore comunicazione e relazioni esterne di [Centromarca](#)** è sempre piacevole, pacato, mai sopra le righe. Stavolta però, benché non rinunci al suo consueto stile, non può nascondere che l'argomento un po' gli brucia. Anzi parecchio. “Dopo Expo in tv si sono moltiplicati i programmi che trattano in modo più o meno ampio i temi di prodotto con un taglio scandalistico e antindustriale. È un trionfo di toni allarmistici, di uso parziale delle conoscenze scientifiche, di servizi costruiti per mettere in cattiva luce le imprese. Trovano spazio solo informazioni coerenti con l'obiettivo del programma, spesso il contraddittorio non è equilibrato o manca del tutto”. Qualcuno potrebbe obiettare che anche quella di [Centromarca](#) è una posizione di parte. Consapevole di questo fatto, l'associazione ha chiesto agli esperti dell'Osservatorio di Pavia di analizzare le singole puntate di alcuni programmi e fare una valutazione. Risultato: una sostanziale conferma della presenza di aspetti problematici che sono stati segnalati dall'associazione agli editori.

## Qual è stato il responso?

“Che il pregiudizio nei confronti dell'industria c'è. Come



Ivo Ferrario, direttore comunicazione e relazioni esterne di [Centromarca](#)

decisamente ravvisabile è la tendenza a una semplificazione estrema, che dà la stura a un atteggiamento manicheo, teso a contrapporre, senza indulgere a sfumature, il buono, da una parte, il cattivo dall'altra. Il buono è sempre legato al mondo artigianale, alle piccole produzioni, al “fatto in casa” mentre il cattivo s'identifica a prescindere con le produzioni industriali.

Siamo di fronte a una polarizzazione esasperata delle posizioni, un po' come in politica. Una sorta di populismo economico che serve ai programmi per fare share seminando dubbi, delegittimando interi settori industriali, creando una ingiustificata cultura del sospetto. A farne le spese sono le corrette dinamiche del mercato. Perché se una categoria o un brand sono demonizzati, la conseguenza è una loro penalizzazione nello scenario competitivo”.

## Ma la libertà di stampa è un diritto costituzionale...

“Noi non vogliamo censurare nessuno. Ma l'informazione di prodotto è un tema delicato, da affrontare con profonde competenze e con spazi che contrastano con i tempi della tv. In ogni caso noi ci opponiamo con decisione e in tutte le sedi contro azioni di killeraggio nei



confronti di settori della nostra economia che rispettano regole molto severe e che sono sottoposti a controlli sanitari che non hanno riscontro all'estero. Nell'arco di un anno praticamente tutte le categorie di prodotto sono state oggetto di "attenzioni" da parte della tv: dal dolciario alla pasta, dalle carni alle verdure. E ovviamente il non food: shampoo, bagni schiuma, creme solari... Questo sistema di inseguire la share non ci piace, anche perché determina delle code sui social media che alimentano leggende metropolitane o ingigantiscono fenomeni privi di fondamento.

Il caso recente di un programma che ha demonizzato i vaccini, provocando l'intervento del ministro della Salute Beatrice Lorenzin, è emblematico.

Sul web e nel paese sono state messi in discussione strumenti fondamentali per la tutela della salute pubblica. Sarebbe importante un richiamo formale da parte delle istituzioni e delle autorità preposte al rispetto delle regole deontologiche del giornalismo e del lavoro autoriale. Noi lavoriamo in questa direzione e rafforzeremo i nostri interventi. Esercitando il nostro ruolo sindacale e il nostro diritto di critica nei confronti di un modo di fare informazione che non consideriamo corretto". **S**