



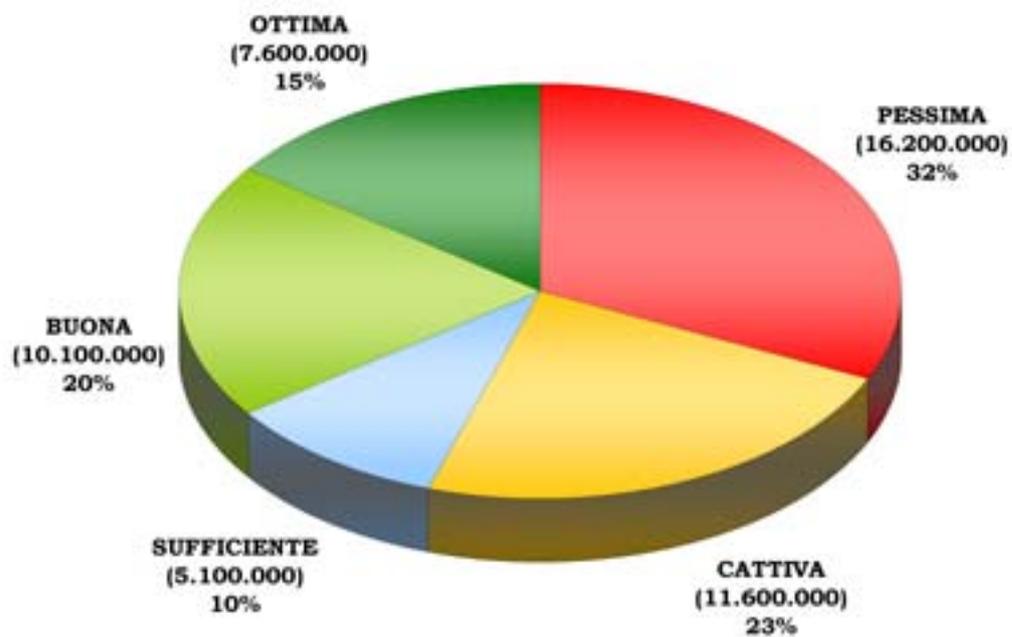
"Non dite a mia madre che faccio il pubblicitario. Lei mi crede pianista in un bordello" era il titolo di un libro di Jacques Séguéla che giocava sulla scarsa reputazione di cui da sempre godono coloro che lavorano per la pubblicità; moralmente un gradino sotto i pedofili, direbbe qualcun altro. Nella lotta alla caccia della peggior immagine pubblica, da oggi art director, copywriter e account dovranno vedersela con un'altra categoria di professionisti, quella dei giornalisti. [La ricerca curata da Astra Ricerche e commissionata dall'ordine dei giornalisti della Lombardia non lascia dubbi: i giornalisti fanno schifo al popolo](#). Servi, ignoranti, arroganti, antipatici... Una vera e propria valanga di insulti è stata raccolta fra gli intervistati e rivolta ai lavoratori della stampa italiana. Di ciò risente anche la pubblicità che i giornali ospitano (traendone linfa vitale). Per ottenere la stessa efficacia, le aziende devono oggi investire il doppio, al netto dell'inflazione, rispetto al 1991. Ovvio che per l'advertising le cause sono molte di più (scarsa creatività, affollamento, ripetitività, perdita di credibilità e di attrattività...), ma la considerazione che i lettori/spettatori hanno dell'informazione nostrana è disarmante.

La cura? gli intervistati hanno reclamato un giornalismo forte, autorevole, competente, avvocato della verità, appassionato e utile. Ma allora perchè poi guardano ancora così tanto la tv, viene da chiedersi.

Ecco alcuni grafici tratti dalla sintesi della ricerca. Più chiari di così...

L'IMMAGINE SOCIALE DEI GIORNALISTI

LA VALUTAZIONE DEI GIORNALISTI ITALIANI



L'IMMAGINE SOCIALE DEI GIORNALISTI



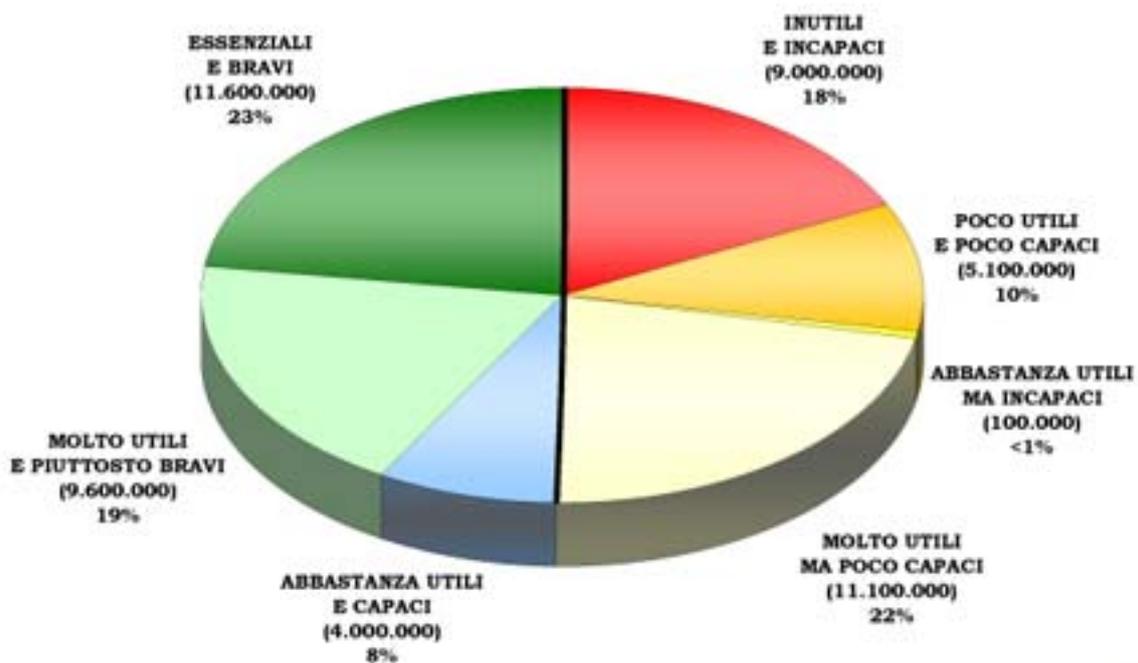
IL GIORNALISTA-MEDIO, SECONDO QUESTO STEREOTIPO, È:

- ◆ SCARSAMENTE PREPARATO
- ◆ POCO CURIOSO
- ◆ SUPERFICIALE NEL RACCOGLIERE LE INFORMAZIONI
- ◆ PRIVO DI PASSIONE PER LA VERITÀ
- ◆ NON AUTONOMO E ANZI 'SCHIERATO' O 'SERVO'
- ◆ IPER-DRAMMATIZZANTE E SCANDALISTICO
- ◆ TENDENTE AD APPARIRE PER AFFERMARE SE STESSO
- ◆ AL FONDO POCO AFFIDABILE E NON SIMPATICO



L'IMMAGINE SOCIALE DEI GIORNALISTI

LA SUPERTIPOLOGIA: I GIORNALISTI SONO...



L'IMMAGINE SOCIALE DEI GIORNALISTI

LA VALUTAZIONE DI UTILITÀ DEL GIORNALISMO

