

autore responsabile della corrispondenza:

Dante Paolo Ferraris - dante.ferraris@provincia.alessandria.it

Info Autore:

¹ Disaster Manager Responsabile Protezione Civile di Alessandria

Dante Paolo Ferraris¹

COMUNICAZIONE DELL'EMERGENZA: INFORMAZIONE E DISINFORMAZIONE AL TEMPO DI SARS-CoV-2

Fake news, informazione, disinformazione: non è solo il coronavirus di Covid-19 o SARS-CoV-2 a dover essere collegata al termine “pandemia”: già, perché anche il mondo della comunicazione, a qualsiasi livello lo si voglia intendere, è stato contagiato (e non in modo positivo) da una pandemia che ne sta mettendo ancora oggi a nudo sia i pregi che i difetti.

Bisogna ammettere che, in un periodo di scarsa stabilità politica come quello attuale, è stato (ed è tutt'ora) molto difficile non tanto comunicare, ma saper comunicare. Il rischio, ormai diventato certezza, è che diverse correnti di pensiero (e non solo politiche) abbiano provato a cavalcare un'onda di “convincimento” della popolazione, prima nella gestione della pandemia nei vari Paesi e ora nella gestione dell'uscita dalla situazione di crisi.

Il tutto senza considerare fino in fondo i rischi che comporta la gestione di un fenomeno ingestibile come quello della diffusione incontrollata di un virus soggetto a diverse mutazioni come la Sars-CoV-2.

Le colpe sono da ripartire su molteplici attori, perché da due anni, se da un lato i principali mezzi di comunicazione “tradizionali” come giornali e tv hanno dato voce alle varie ideologie espresse in merito sia da personaggi politici di spicco che del settore sanitario, dall'altro, sui mezzi di comunicazione di nuova generazione, quali i social media, non ha potuto fare altro che imperversare molta disinformazione gestita e provocata soprattutto da troll.

Il numero di contagiati, di ospedalizzati, di morti e a seguire, di disagi e problemi socio-economici quotidianamente diffuso dai diversi media, ha favorito la diffusione di una barabanda di informazioni – e disinformazioni - creando difficoltà in molte Nazioni nella gestione di una corretta e istituzionale informazione. Ciò ha dimostrato una sempre maggiore potenza di “fuoco” rivestita dai social network, spesso cavalcata da abili diffusori di “bufale”, capaci di un non indifferente sciacallaggio mediatico; dall'altra parte vi è una forte impreparazione della Pubblica Amministrazione nel comunicare e la difficoltà di trovare buoni comunicatori.

Inutile dire che l'evoluzione della comunicazione degli ultimi mesi ha dimostrato una sempre crescente esigenza dei cittadini di essere prontamente informati, il tutto (molte volte) a discapito della qualità delle informazioni ricercate e/o trasmesse.

Su social media e piattaforme digitali di messaggistica istantanea come Whatsapp, Facebook, Messenger e Telegram si è assistito alla condivisione di un numero sempre maggiore di notizie, molte delle quali infondate: eloquente il lavoro delle Forze dell'Ordine che hanno dovuto vigilare e intervenire per chiudere canali creati ad-hoc per ribellarsi al Green Pass e alla diffusione dei vaccini, nonché pagine che spesso incitano all'odio verso le Istituzioni e il settore sanitario, quello stesso settore osannato fino a pochi mesi prima e ritenuto capace di un miracolo nel 2020 alla luce dell'intera collettività.

Dalle indagini condotte si è potuto capire ancora una volta come molti profili e molte pagine fossero realizzati appositamente per diffondere notizie false, prevalentemente a scopi denigratori ma non solo: **contenuti fuorvianti**, conditi con una grande quantità di informazioni travisate od oggetto di un *framing* tendenzioso, hanno avuto l'obiettivo di mettere in cattiva luce qualcuno o qualcosa e fatto leva sostanzialmente sull'**analfabetismo funzionale e sulla diffusa incapacità di crearsi una propria opinione, mostrando i limiti caratteriali (e non) di una discreta fetta di cittadini.**

E' mancata ovunque la presenza di figure professionali capaci di riunire una collettività che, invece, ha visto crearsi quelle che possono ormai ritenersi vere e proprie "fazioni" differenti: nel giro di pochi mesi si è assistito alla crescita di numeri di persone che negano l'esistenza della pandemia e della SARS-CoV-2 e che si oppongono al vaccino, andando contro ogni linea di pensiero logica, alimentando ulteriormente la psicosi collettiva e modificando la percezione della realtà, a fronte di una grossa fetta di popolazione che ha scelto la strada della scienza e della tutela della propria persona.

La Pubblica Amministrazione, da questo punto di vista, ha messo a nudo tutti i suoi limiti: una quasi assente comunicazione istituzionale ha fatto da cornice a comunicatori spesso improvvisati e portavoce di esponenti politici non sufficientemente preparati a rispondere alle domande e alla paura della popolazione, portando a un crollo della tempestività di risposta che il mondo 2.0 di oggi richiede al settore comunicativo.

Soprattutto nelle fasi di emergenza, in cui la criticità è alta e si ha paura per sé e i propri cari, ognuno di noi cerca risposte alle proprie domande. Ed è in questa fase che si deve comunicare meglio, con capacità, utilizzando **parole semplici, pochi tecnicismi** e possibilmente nessun inglesismo e cercando di non farsi coinvolgere troppo emotivamente, diffondendo messaggi in maniera concitata e allarmante.

Il comunicatore deve essere capace di rivolgersi a una moltitudine di persone con differente età, condizione sociale e culturale. Deve essere in grado di modificare il modo di comunicare secondo le fasce d'età e secondo il mezzo di comunicazione utilizzato.

E se la fetta di popolazione che ha fatto proprie le "bufale" dei *no vax* e i *no green pass* sono proprio quella tra i 30 e i 60 anni, sia per il loro livello di scolarizzazione, sia per la poca dimestichezza con l'utilizzo delle nuove piattaforme di comunicazione e dei social media, sia per il loro predisposizione a interpretare ogni evento come un complotto o parte di un complotto, occorre saper convincere costoro che la scienza e la tecnologia non è sempre parte di un film di fantascienza ne tantomeno in questo caso, si è spettatori davanti alla tv dove trasmettono una fiction.

Occorre un italiano fluente, semplice, con parole chiare e comprensibile a tutti. E ancora una volta fa riflettere l'importanza di un corretto utilizzo e scelta delle parole e del loro peso. Difatti, *infodemia* non è l'unico neologismo figlio del Covid-19, o quanto meno venuto alla ribalta mediatica con questa epidemia. Basti pensare a quanti inglesismi e nuovi neologismi sono usciti in questo periodo di emergenza: da *no-green-pass*, a *lockdown*, al "furbetto delle autocertificazioni, dai "furbetti del contagio", fino al neologismo inglese di "covidiot".

Dall'altra parte, la Pubblica Amministrazione non ha ancora capito che **non può più permettersi di improvvisare nella comunicazione**, non può più permettersi **di avere orari d'ufficio durante le emergenze**, ma deve darsi **regole chiare** basate su una pianificazione precisa, un **glossario chiaro**, **una rete di comunicatori** tra i vari Enti della P.A. che interscambino le informazioni e soprattutto le rendano ridondanti, prendendo una posizione unica nella conduzione dell'informazione sulla gestione vaccinale e sanitaria. È anche per questo che a farne le spese, in diverse occasioni, siano stati proprio gli operatori sanitari, spesso stremati da carichi di lavoro massacranti quando non colpiti direttamente dalla malattia, come hanno dimostrato i diversi casi di aggressioni fisiche avvenuti negli ultimi mesi (tralasciando quelle verbali o scritte sui social). Siamo in stato di crisi e la comunicazione, in stato di crisi, non è la comunicazione di tutti i giorni: il messaggio deve essere modulato correttamente, perché **il compito di un comunicatore pubblico è anche quello di orientare i cittadini su quali siano gli stakeholder in grado di diffondere notizie verificate**, contribuendo così a isolare le fake news.

Occorre che ci si ricordi che **il cittadino non informato adatta i propri comportamenti alle proprie esigenze** e si cerca l'informazione per conto proprio, andando a scovare spesso quella più confacente e "comoda" alle proprie esigenze.

Troppo poche sono le P.A. presenti nella comunicazione istituzionale, troppi comunicati stampa vuoti, troppe conferenze stampa lunghe che ripetono dati già in circolazione senza attirare l'attenzione della collettività. Troppe risposte inevase alle domande dei cittadini anche su questioni di poco rilievo ma importanti per il cittadino.

Troppi numeri verdi che non rispondono o che rispondono evasivamente. Dall'altra parte, qualche "mosca bianca" ha provato a contrastare questo sistema, come accaduto alla Questura di Alessandria che durante il primo lockdown ha risposto con chiarezza sulla propria pagina Facebook a centinaia di domande dei cittadini, oppure come un sindaco di un piccolo Comune che non ha mai smesso di essere presente a informare i suoi cittadini anche quando era in quarantena.

I principali social network usati dai cittadini sono stati Facebook, Instagram e Twitter.

Le pagine dei siti più seguiti sono state quelle del Ministero della Salute e dell'Istituto Superiore della Sanità, ma la caccia all'informazione utile ha seguito le strade anche dei siti web degli enti locali. In particolare si è evidenziata l'assenza o la scarsa presenza delle ASL.

Gli insegnamenti da trarre, insomma, sarebbero tanti: ma rimane davvero molto da fare nel campo della comunicazione, soprattutto istituzionale, che dovrebbe cambiare traendo insegnamento da questa terribile esperienza.