

CORONAVIRUS: LA COMUNICATRICE, "COSI' L'ITALIA HA GUADAGNATO CREDIBILITA'"

18 Marzo 2020



L'AQUILA - Nell'immediato pre-decreto #iorestoacasa mi è capitato di ricevere un messaggio di invito a non frequentare una tabaccheria della mia città a causa del possibile rischio di contagio da Covid-19 del proprietario. Il messaggio, ovviamente privo di fondamento e diventato virale nel giro di poche ore, ha raggiunto i cellulari di tutta la città.

La gestione dell'allerta è stata gestita, poi dallo sfortunato tabaccaio, con una precisazione sui social e una minaccia di querela. Magari, passata l'emergenza Coronavirus, sarà opportuno fare campagne sull'importanza di informazione veritiera e verificata per non farci ingannare dalla "verità assoluta del mio vicino di casa".

Perché sto raccontando questo? Perché l'evento mi ha portato a riflettere ancora una volta sull'importanza della comunicazione in tempi di emergenza. Già 10 giorni fa, mentre mi trovavo negli Stati Uniti per lavoro, mi ero chiesta come mai il mio Paese stesse allertando la popolazione in modo così marcato, quando invece un Paese come l'America, forse a più alto rischio contagio, non ne parlasse affatto.

Mi sono ritrovata, come altri italiani, a dover fare i conti con respingimenti al gate, con voli spostati o cancellati da e per l'Italia, ma nessuna raccomandazione sulla prevenzione del rischio, nessun alert, nessuna dichiarazione veniva dal presidente Trump. E io stessa ho immaginato ingenuamente che la priorità che l'Italia dà alla salute dei suoi cittadini sancita dall'articolo 32 della nostra Costituzione fosse una prerogativa di tutti i Paesi europei e non che, invece, non sentivo pronunciarsi in merito a tale virus.

Io stessa ho pensato che il mio Paese stesse esagerando davvero, mettendoci in una luce pessima agli occhi del mondo, ma evidentemente mi sbagliavo.

Cosa è successo veramente? C'è sicuramente bisogno di una premessa. In fase di emergenza, la comunicazione gioca un ruolo cruciale in diversi step, il primo dei quali prevede una fase di "cura" da parte delle istituzioni, in cui si dà un alert, come dire, "leggero e calmo" alla popolazione, informandola circa i rischi che una data situazione possibile potrebbe comportare.

Successivamente al verificarsi di quella situazione emergenziale, sono le istituzioni incaricate alla gestione del rischio a dover prendere decisioni in termini di comunicazione con uno schema "Decidi - Annuncia - Difendi". Si decide, appunto, il cosa/come/quando comunicare, lo si annuncia alla popolazione e lo si difende con tutte le argomentazioni necessarie, senza contrapposizioni di tesi tra istituzioni, ma portando avanti una visione comune.

Ed è proprio in queste due fasi che è possibile fare una riflessione sull'Italia alle prese con il Coronavirus. Il nostro Paese, infatti, ha "toppato" totalmente nella fase di cura, lasciando spazio a rumori (il "sentito dire" che diventa passaparola, per intenderci) incentivanti la tesi dell' "It's just a flu!" (È solo un'influenza), o a teorie per cui solo gli anziani potessero essere a rischio.

Questa situazione è stata portata avanti da un passaparola pericolosissimo in quanto privo di ogni fondamento, ma che con il tam tam dei social ha assunto le sembianze di una vera e propria fonte ufficiale (vi ricordate lo sfortunato proprietario della tabaccheria?). In secondo luogo hanno contribuito le stesse autorità che chiaramente non erano state coinvolte in un piano integrato di gestione della comunicazione – che effettivamente non c’era.

Ed è a questo punto che l’Italia, con l’avanzare del contagio, ha dimostrato cosa aveva davvero guidato la sua scelta politica. Se è vero, infatti, che il nostro Paese, affrontando la seconda fase della comunicazione (la fase “#iorestoacasa”, come ha persino chiamato un decreto), si è mosso all’inizio tra mille difficoltà, dovute alla totale mancanza della prima gestione che si è tradotta in uno spazio vuoto colmato da fake news e rumori infondati, è altrettanto vero che, con la diffusione delle informazioni circa i contagi, i dettagli in percentuale di mortalità, i numeri riguardanti quarantene e i ricoveri in rianimazione, ha portato avanti la bandiera della trasparenza in un panorama mondiale, Cina esclusa, che fino a pochi giorni fa sembrava ignorare l’esistenza del problema.

Questo ha comportato due conseguenze: la prima è che tutto il mondo ha puntato il dito contro un’Italia infetta, non in ultimo la dichiarazione del medico inglese Jessen circa il virus come scusa per gli italiani a restare a casa; la seconda, e ben più importante, è che ha costretto tutti gli altri Stati all’ammissione gravemente tardiva del problema di fronte alla popolazione.

Si pensi al presidente Trump che affermava che il dato diffuso dall’Oms riguardo il 3,4% del tasso di mortalità del coronavirus fosse “un numero falso”, e asserendo ancora che “Personalmente ritengono il numero sia molto al di sotto dell’1%”, oppure si pensi alla Francia che non ha bloccato un raduno di 3.500 persone.

In altre parole, l’Italia ha messo i Paesi del mondo nella condizione di dover giustificare la propria immobilità sul rischio di contagio da Coronavirus davanti alla propria popolazione, pena la perdita di credibilità politica.

Va rilevato inoltre che anche l’Oms, con la dichiarazione di pandemia, ha dato un’ulteriore spinta in alto al livello di credibilità del nostro Stato italiano. Volendo fare una riflessione sulla comunità scientifica mondiale, sull’Unione Europea e non di meno sull’Oms, qualche dubbio circa la chiarezza di comunicazione mi viene.

La prima, agli occhi del mondo, stenta a comunicare una vera posizione sulla pandemia da Coronavirus. Ogni scienziato sembra appartenere al suo proprio universo di riferimento e nessuno percorre una strada comune. Pensiamo al semplice utilizzo delle mascherine per uscire di casa (mascherina sì, ma solo se contagiati; mascherina per prevenire; mascherina no; mascherina forse!).

L’Unione Europea, dal canto suo, ha fatto mancare una qualsiasi comunicazione verso gli Stati membri. Forse avrebbe potuto consigliare gli Stati sui test da eseguire sulla popolazione? Forse avrebbe potuto, in questo modo, salvaguardare l’immagine italiana? Solo silenzio, invece. L’unica mossa comunicativa è stata quella della presidente Ursula von der Leyen con poche parole recitate in italiano, che però hanno risuonato come una pura comunicazione politica e francamente vuote sul piano di strategia emergenziale.

In ultimo l’Oms, sulla quale personalmente riservavo una profonda fiducia. Nel momento in cui riflettevo, infatti, mi trovavo in una società come quella americana, un Paese in cui senza assicurazione sanitaria i cittadini meno fortunati rischiano di morire. Mi sarei almeno aspettata una campagna di sensibilizzazione su quali pratiche mettere in atto per contrastare la diffusione del Covid-19.

In conclusione, e tornando alla nostra Italia, possiamo osservare un’ottima riuscita della seconda fase di comunicazione in atto: tutti stiamo osservando regole per salvare il Paese. In sintesi c’è da rilevare che noi italiani ci sentiamo – e in pratica siamo – molto più al sicuro dentro i nostri confini che tra quelli dei territori esteri.

** Comunicatrice, laureata in Pubblicità e Comunicazione di Impresa dopo aver frequentato l’Hastings College negli Stati Uniti, fondatrice nel 2009 di Ideative Studio agenzia creativa. Frequenta il master in Social Media Marketing in Ninja Academy a Milano.*