



Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati

Master in Comunicazione della Scienza
"Franco Prattico"

Analisi e Confronto della Comunicazione Istituzionale

Italia e Regno Unito durante la prima fase della crisi
Covid-19

CANDIDATO: Andrea Belli

RELATRICE: Roberta Villa

Anno Accademico: 2019/2020

Indice

Indice.....	3
1. Introduzione.....	4
1.1 Le pandemie nella storia.....	4
1.2 Importanti epidemie dell'ultimo ventennio.....	5
1.3 La comunicazione durante le maggiori pandemie.....	6
2. Scopo del lavoro	8
3. Metodi di analisi	9
3.1 Strumenti	9
3.2 Linee guida sulla comunicazione della crisi.....	10
3.3 Formulazione dei parametri di confronto.....	12
4. Comunicazione istituzionale in Italia.....	14
4.1 Comunicazione del Presidente del Consiglio Conte	14
4.2 Comunicazione della Protezione Civile	22
5. Comunicazione istituzionale nel Regno Unito	29
6. Confronto.....	45
7. Conclusioni.....	54
8. Ringraziamenti	59
9. Bibliografia e Sitografia.....	60
9.1 Bibliografia.....	60
9.2 Sitografia	61

1. Introduzione

1.1 Le pandemie nella storia

Sin da quando l'umanità ha cominciato a vivere in comunità ha dovuto fronteggiare il problema della sanità pubblica. Le epidemie sono fenomeni documentati in tutta la storia umana, a partire già dall'Antico Testamento, in cui vengono associate a punizioni divine, mentre le pandemie sono un fenomeno più recente. La pandemia infatti è definita come una malattia trasmissibile che si diffonde e contagia persone su un areale molto vasto: finché le comunità umane sono rimaste piccole e distanti, il rischio che una malattia potesse diffondersi in un vasto areale era minimo.

Col tempo e l'evolversi delle civiltà aumentò il livello di interconnessione tra le comunità, e con esso crebbe anche la capacità dei patogeni infettivi nel riuscire a raggiungere popolazioni diverse in zone sempre più vaste: nell'antica Grecia era definita pandemia una malattia che colpiva tutta la penisola ellenica, come la febbre tifoide del V secolo AC; nel medioevo le pandemie colpivano tutta Europa; mentre oggi l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) definisce "pandemia" una malattia infettiva che si diffonde in tutto il mondo. Nel Medioevo le pandemie di peste si diffusero principalmente in Europa e in Asia, uccidendo una vasta parte della popolazione del continente e contribuendo a causare gravi crisi sociali ed economiche. La Peste Nera del XIV secolo è, a oggi, la pandemia più letale della storia: la mortalità di chi veniva colpito dalla peste era intorno al 50% e la malattia uccise oltre 75 milioni¹ di persone. All'epoca le epidemie non erano eventi sporadici, ma qualcosa di ricorrente, che la popolazione conosceva e temeva. Ciò era principalmente dovuto alla scarsissima igiene dell'epoca e alle conoscenze mediche molto superficiali e spesso legate a credenze popolari e a rituali religiosi.

Durante il secolo scorso abbiamo assistito all'estendersi della diffusione geografica delle pandemie, già a partire dall'influenza spagnola del 1918-1920, che anche grazie alla Prima Guerra Mondiale riuscì a contagiare persone in tutto il mondo, colpendo circa 500 milioni di persone e uccidendone tra i 50 e i 100 milioni², attestandosi come pandemia che ha causato più morti nella storia dell'umanità assieme alla Peste Nera.

A dicembre 2020 sono presenti due malattie infettive globali quella dovuta a HIV, cominciata negli anni '80 e che ha provocato da allora 32 milioni di morti³; e quella dovuta a SARS-Cov-2, incominciata alla fine del 2019 e che a dicembre 2020 ha colpito quasi 73 milioni di persone, uccidendone più di un milione e mezzo⁴. Queste, assieme all'influenza spagnola del 1918 e a quella suina del 2009, sono le prime pandemie ad avere carattere globale.

Oggi le tecnologie sanitarie per fronteggiare queste pandemie sono molto migliori rispetto a qualsiasi altro periodo storico, abbassando la mortalità delle malattie, ma è anche vero che le nostre società sono molto più connesse di un tempo, e la popolazione mondiale in costante crescita rende più semplice la diffusione dei contagi, soprattutto in zone molto popolate e dalle condizioni igieniche e sanitarie scarse.

¹ W. Dunham, "Black death 'discriminated' between victims", *ABC Science*, 29 gennaio 2008.

² J. K. Taubenberger, D. M. Morens, *1918 Influenza: the Mother of All Pandemics*, in «Emerging infectious Diseases», XII (2006), 1, 15-22.

³ UNAIDS, <https://www.unaids.org/en/resources/fact-sheet>

⁴ Worldometers, <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

1.2 Importanti epidemie dell'ultimo ventennio

Per poter contestualizzare correttamente la pandemia in corso di SARS-Cov-2 è importante conoscere le epidemie che colpirono in modo simile a quest'ultima.

Nel 2002 ci fu l'epidemia di SARS, portata da un coronavirus molto simile a quello attualmente in circolazione. Il suo nome era SARS-Cov-1, e, pur provocando una malattia molto più grave, presentava alcune caratteristiche infettive ed epidemiologiche simili a quello attuale. L'evoluzione dell'epidemia di SARS per certi versi affine a quella che caratterizzerà poi il suo successore: il primo focolaio conosciuto fu nella regione del Guandong, in Cina, e colpì per primi allevatori, macellai e altri lavoratori che erano a diretto contatto con gli animali. Anche in questo caso si trattava di una zoonosi, ovvero una malattia infettiva causata da un virus mutato che, attraverso mutazioni casuali, è riuscito a passare da specie animali a quella umana.

Nonostante le similitudini con l'attuale pandemia, SARS-Cov-1 era contagioso solo quando comparivano i sintomi, sempre molto gravi, tanto che, dopo i focolai iniziali, la maggior parte dei contagi avvenne nei confronti di personale sanitario degli ospedali dove il paziente veniva ricoverato. Ciò permise di contenere il virus: i contagi furono 8000 e le morti 774, per la maggior parte concentrati in Cina e ad Hong Kong.

Nel 2009 ci fu la febbre suina, una pandemia influenzale causata dal virus H1N1, lo stesso tipo di virus che causò la ben più letale febbre spagnola. In questo caso il virus si diffuse anche di più che nel 1918, contagiando tra le 700 milioni e i 1.400 milioni di individui in tutto il mondo, pari all'11%-21% della popolazione dell'epoca⁵. L'epidemia si originò in Messico, infettando per primi degli allevatori di maiali, da cui il nome. Nonostante la grande contagiosità della malattia, la mortalità era molto bassa, e questo ha permesso alle morti di restare al di sotto delle 600.000 unità globali, non discostandosi dalla morti annuali causate dalla normale influenza.

Nel 2012 è emerso un altro coronavirus: MERS-Cov. La sua origine fu nel medio oriente, da cui il nome della patologia (sindrome respiratoria del medio oriente, MERS). Pur non avendo mai provocato una pandemia a causa della bassa infettività, casi, anche qui soprattutto in contesto ospedaliero, si sono verificati anche in Europa, America e Asia. Dei 1329 casi finora confermati, 1145 si concentravano nella penisola araba, e nonostante la mortalità sia molto alta (circa 35%) l'OMS non ha mai considerato la MERS come una emergenza sanitaria globale.

L'ultimo caso di epidemia diffusa in più continenti fu l'ebola nel 2013. Nonostante l'alta mortalità del virus (40%), sono stati registrati solo 8 casi al di fuori dell'Africa. In tutto, questa epidemia durata tre anni ha causato 28.646 casi accertati e 11.323 morti, principalmente in Guinea, Liberia e Sierra Leone.

In molti dei casi elencati possiamo osservare un pattern comune, che si è ripetuto anche nel caso di SARS-Cov-2: una trasmissione animale-uomo di un virus mutato e una diffusione iniziale in zone povere e densamente popolate.

⁵ H. Kelly et al., *The Age-Specific Cumulative Incidence of Infection with Pandemic Influenza H1N1 2009 Was Similar in Various Countries Prior to Vaccination*, in «PLoS ONE», 2011

1.3 La comunicazione durante le maggiori pandemie

Nonostante le epidemie siano state un fenomeno da sempre conosciuto dall'umanità, tanto che sono presenti anche all'interno dell'Antico Testamento come piaga inflitta all'Egitto, abbiamo informazioni solo recenti di come le istituzioni comunicassero durante questi eventi catastrofici.

Riguardo le epidemie del passato, come la peste medievale, possediamo poche informazioni circa la comunicazione delle istituzioni. Il lascito di maggiore importanza che è arrivato fino a noi è la produzione artistica, che dimostra chiaramente che questi eventi avevano un forte impatto sulla vita delle persone e sull'immaginario collettivo. Dal Decameron di Boccaccio ai Promessi Sposi di Manzoni il tema della peste è sempre stato presente nella produzione artistica dei secoli passati. Da queste rappresentazioni possiamo dedurre come la malattia fosse associata a una dimensione divina, a un concetto di peccato e di punizione. Le scarsissime nozioni mediche dell'epoca infatti aiutavano poco la popolazione, che spesso si rifugiava nel conforto di figure religiose e nei luoghi di culto.

La comunicazione delle figure di governo durante questi eventi era quindi molto legata alla sfera religiosa, e arrivarono persino a vietare la comunicazione perché vista come forma di offesa nei confronti della divinità⁶.

Nonostante il contesto fosse completamente diverso, la pandemia di influenza spagnola del 1918 subì una sorte simile, in quanto la comunicazione nei confronti di questa malattia fu molto scarsa. Infatti, nonostante a oggi sia la pandemia globale che ha mietuto più vittime in tutta la storia dell'umanità, è certamente meno conosciuta e famigerata rispetto ad altre pandemie. Questo è dovuto al fatto che sia le istituzioni, sia i governi, sia i mass media hanno trattato questa terribile pandemia come un evento secondario rispetto alla ben più conosciuta Grande Guerra, che in quegli anni era proprio al suo culmine e stava per terminare. Anche la produzione artistica e la comunicazione più popolare ha degnato di poca attenzione questo evento epocale, e questo è dovuto sicuramente sia al termine della guerra che ha catturato l'attenzione di tutti, ma anche al fatto che fosse definita una "influenza", quindi un malanno stagionale ben conosciuto dalle persone e poco preoccupante. Nonostante questa influenza causò più del doppio delle morti della Prima Guerra Mondiale, la comunicazione fu scarsa, e le azioni per contenere il contagio furono poche e inefficaci. Questo contribuì alla diffusione della pandemia, che prosperò anche grazie ai movimenti delle truppe mandate al fronte⁷.

Nella seconda metà del XX secolo la comunicazione durante le pandemie è stata sicuramente più presente. La prima pandemia che ha avuto una forte esposizione mediatica è stata quella di HIV, iniziata negli anni '80. Questa, oltre a essere stata rappresentata da molti artisti e comunicatori pubblici, ha ricevuto le attenzioni del mondo della scienza e delle istituzioni. Non solo: la comunicazione scientifica e istituzionale della pandemia di HIV è stata radicalmente modificata dall'intervento di rappresentanti dei pazienti all'interno del dibattito pubblico, cambiando anche il modo in cui la scienza portava avanti la sua ricerca e il modo in cui questa veniva comunicata al pubblico⁸. Il coinvolgimento di figure pubbliche, del governo e di associazioni di pazienti all'interno del dibattito pubblico sulla pandemia in corso è stato il primo vero esempio di comunicazione durante una crisi sanitaria globale.

⁶ J. Boucharlat, G. Mancret, *Communication at the time of the plague epidemic*, in «Annales Médico-psychologiques», IV (1978), 594-599

⁷ R. Villa, "1918: la catastrofe dimenticata", *Il Tascabile*, 2018

⁸ S. Epstein, *The Construction of Lay Expertise: AIDS Activism and the Forging of Credibility in the Reform of Clinical Trials*, in «Science, Technology, & Human Values», XX (1995), 6, 408-437

L'ultima pandemia globale a colpire l'umanità prima del 2020 è stata l'influenza suina, causata dal virus influenzale H1N1. Questa pandemia è stata quella su cui maggiormente si è concentrata la comunicazione istituzionale, e che più somiglia al tipo di pandemia influenzale presa in esame in questa tesi. La comunicazione è stata fatta a più livelli, sia tra le istituzioni e il pubblico, che tra le istituzioni e altre istituzioni, ed è stata suddivisa in due periodi distinti: il primo, durante il quale si è cercato di spingere la popolazione ad adottare misure di cautela e di contenimento del contagio; e il secondo, durante il quale oggetto della comunicazione era soprattutto il vaccino. Negli Stati Uniti arie analisi^{9,10} hanno evidenziato come in quel Paese la comunicazione sia stata efficace su certi aspetti, ad esempio nella coordinazione dei messaggi sui vari media, nella diversificazione del messaggio e nella comunicazione dell'incertezza; mentre sia stata carente sotto altri aspetti. In particolare venne criticata la scarsa chiarezza nella comunicazione della diffusione dei vaccini, che portò molte persone a temere di non poter raggiungere una dose, assalendo di telefonate i centralini dei medici e dei centri di distribuzione. Inoltre, l'atteggiamento delle istituzioni come l'OMS è stato percepito come ambiguo, in quanto questo virus venne definito dall'organizzazione come "mild", ovvero mite, blando, leggero. Questa informazione, legata ai parametri di pericolosità del virus come mortalità e infettività, venne percepita dal pubblico come un'ammissione di conflitto di interessi: l'OMS spaventa il mondo con una pandemia che lei stessa definisce "mild", così da potere vendere vaccini a tutte le nazioni.

Servì a poco o nulla correggersi successivamente specificando che le vaccinazioni e le azioni di precauzione erano importanti per non rendere la pandemia più grave. I cittadini avevano perso fiducia nei confronti delle istituzioni, e questo ha contribuito a sviluppare uno scetticismo nei confronti dei vaccini che si è poi ampliato nel decennio successivo¹¹.

La pandemia di SARS-Cov-2 è diversa dalle altre pandemie citate in questa introduzione. Infatti da un punto di vista epidemiologico, questa crisi sanitaria ha le caratteristiche delle più gravi pandemie influenzali come l'influenza spagnola, anche se fortunatamente non ne condivide la mortalità. Da un punto di vista mediatico-comunicativo, questa crisi colpisce un mondo in cui l'informazione è la base delle nostre società, un mondo molto più globalizzato di quello del 1918, in cui la comunicazione è un fattore imprescindibile e determinante per contenere gli effetti di questa pandemia.

Questo è anche l'evento che ha causato i maggiori stravolgimenti alla nostra vita quotidiana dai tempi della Seconda Guerra Mondiale, imponendoci restrizioni alle libertà, al movimento e alla gestione della nostra vita privata. Questi cambiamenti sono stati veicolati dalle figure politiche e istituzionali, che hanno avuto un ruolo centrale nella comunicazione della crisi.

Per questa ragione è utile analizzare la comunicazione istituzionale durante questo periodo: si tratta del momento in cui la comunicazione della crisi ha avuto un forte impatto sulle vite dei cittadini, e ha contribuito a governare un fenomeno straordinario che ha colpito duramente tutta la nostra società.

⁹ Institute of Medicine (US) Forum on Medical and Public Health Preparedness for Catastrophic Events, *The 2009 H1N1 Influenza Vaccination Campaign: Summary of a Workshop Series*, Washington (DC): National Academies Press, 2010, pp. 73-84

¹⁰ P. M. Sandman, J. Lanard, "Swine Flu Pandemic Communication Challenges and Lessons Learned", *The Peter Sandman Risk Communication Website*, 5 maggio 2010

¹¹ S. Abeyasinghe, *Vaccine Narratives and Public Health: Investigating Criticisms of H1N1 Pandemic Vaccination*, in «PLoS Currents Outbreaks» VII (2015)

2. Scopo del lavoro

Il 2020 è stato un anno segnato in modo indelebile dalla peggiore pandemia che l'umanità abbia dovuto affrontare dai tempi della febbre spagnola. Questo ha provocato sconvolgimenti a ogni livello: da quello economico a quello lavorativo, dallo stile di vita al modo di viaggiare e con cui ci relazioniamo al mondo.

La comunicazione delle istituzioni durante questa crisi è stata fondamentale, proprio perché ci siamo trovati ad affrontare situazioni mai viste nell'ultimo secolo. I gestori politici hanno dovuto compiere scelte cruciali, e il mondo della scienza è stato messo sotto pressione come mai prima d'ora per trovare una soluzione a questo problema.

La società di oggi consuma moltissima informazione, per questo motivo ogni sforzo delle istituzioni aveva bisogno di essere comunicato in modo accurato e immediato alla popolazione. Un silenzio comunicativo da parte dei vari attori che stavano agendo durante questa crisi avrebbe significato da una parte alimentare la preoccupazione da parte della popolazione che nessuno stesse facendo nulla di concreto per arginare la pandemia; dall'altra che si diffondessero notizie totalmente o parzialmente false, che avrebbero inquinato il dibattito pubblico generando caos e panico nella popolazione.

Per questo motivo molte nazioni colpite dalla pandemia hanno deciso di seguire un piano comunicativo caratterizzato da comunicazioni frequenti e dirette alla popolazione.

La mia analisi si è concentrata sullo studio della comunicazione istituzionale in Italia e nel Regno Unito. L'Italia è stata scelta come soggetto di esame sia per il fatto che è il Paese in cui vivo, e nel quale ho vissuto e seguito in prima persona la comunicazione delle figure istituzionali; sia perché è stato il primo paese europeo a fronteggiare l'arrivo della pandemia di SARS-Cov-2.

Il Regno Unito è stato scelto come paese di confronto in quanto è stato uno degli ultimi paesi d'Europa a essere colpito, e anche perché l'approccio alla comunicazione istituzionale è stato molto diverso da quello dell'Italia in un primo momento. Lo studio quindi è stato effettuato con l'obiettivo di trovare le differenze nella comunicazione istituzionale della crisi durante la prima fase di gestione, quella più emergenziale, confrontando due Paesi che hanno avuto un approccio sostanzialmente diverso, valutando in ultima istanza quale dei due sia stato più fedele alle linee guida internazionali sulla comunicazione della crisi e quali effetti possa avere portato la strategia di comunicazione nel medio-lungo periodo.

Questo confronto si pone quindi l'obiettivo di evidenziare differenze e criticità nella comunicazione della crisi di Italia e Regno Unito durante la prima fase della pandemia di SARS-Cov-2 del 2020.

Questa analisi e confronto tra le comunicazioni istituzionali è basata sui buoni principi di comunicazione della crisi raccomandati dalle maggiori istituzioni internazionali impegnate nell'affrontare crisi sanitarie. A seguito della consultazione bibliografica delle fonti riportate nel capitolo successivo, ho riassunto i concetti fondamentali per una efficace comunicazione della crisi in 7 principi cardine, che sono descritti più avanti.

3. Metodi di analisi

3.1 Strumenti

Questa tesi vuole analizzare la comunicazione istituzionale che gli organi esecutivi hanno avuto con i cittadini. Per questo motivo l'analisi della comunicazione istituzionale in Italia e in Gran Bretagna è stata fatta basandosi sulle conferenze stampa tenute dalle massime istituzioni nazionali, che sono state il mezzo più diretto per raggiungere il pubblico a cui i messaggi erano diretti.

In Italia queste istituzioni sono state rappresentate dal Presidente del Consiglio dei Ministri Giuseppe Conte, più importante promotore politico delle misure utilizzate per affrontare la crisi sanitaria; e dalla Protezione Civile, organo preposto alla raccolta e all'elaborazione dei dati nazionali sulla diffusione del virus.

Per quanto riguarda la Gran Bretagna sono state seguite le conferenze giornaliere tenute a Downing Street da vari componenti del governo e tecnici esterni.

L'analisi vuole avere una dimensione nazionale, per questo motivo non è stata presa in considerazione la comunicazione delle istituzioni regionali, che comunque hanno avuto innegabilmente un ruolo importante nella gestione pratica e mediatica di questa crisi.

È stata analizzata soltanto la comunicazione diretta delle istituzioni, ovvero le conferenze stampa, e non quella dei media come giornali e telegiornali, per evitare che il diverso approccio alla notizia degli editori nazionali potesse condizionare il mio giudizio.

Le conferenze stampa di Giuseppe Conte sono state visionate in maniera integrale dal canale YouTube ufficiale di Palazzo Chigi¹² nel periodo compreso dal 21 febbraio 2020, giorno nel quale i primi 10 comuni d'Italia hanno subito misure di lockdown, fino al 4 maggio, giorno nel quale è stata annunciata la fase 2 della gestione della crisi e la fine delle misure più restrittive.

Le conferenze stampa della Protezione Civile sono state visionate in maniera integrale dal canale YouTube del Dipartimento Protezione Civile¹³ nello stesso periodo e con le stesse modalità.

Le conferenze stampa di Downing Street sono state visionate in maniera integrale dal canale YouTube della televisione nazionale britannica, la BBC¹⁴, nel periodo compreso tra l'inizio delle conferenze stampa giornaliere, il 16 marzo, e il 28 maggio, quando le misure più restrittive sono state rimosse dal governo.

In tutti i casi è stato possibile ottenere la trascrizione completa delle conferenze stampa tramite lo strumento "Trascrizione" di YouTube. Queste trascrizioni sono state utilizzate per il conteggio di certi termini-chiave, nell'analisi e nella valutazione complessiva della comunicazione istituzionale.

¹² YouTube, <https://www.youtube.com/user/governoit>

¹³ YouTube, <https://www.youtube.com/channel/UC4fru33Tzpu0UhCIHChiNFA>

¹⁴ YouTube, <https://www.youtube.com/channel/UCCj956IF62FbT7Gouszaj9w>

3.2 Linee guida sulla comunicazione della crisi

La comunicazione della crisi è un tema che è diventato fondamentale nel mondo contemporaneo, in cui l'immagine pubblica e la comunicazione sono al centro delle vite degli individui, delle imprese e degli stati.

Per poter valutare e confrontare la comunicazione della crisi operata dalle istituzioni italiane e britanniche sono stati elaborati dei parametri in grado di riassumere i molti aspetti da tenere in considerazione durante la comunicazione di una crisi. Questi parametri sono stati estrapolati utilizzando come fonti di riferimento due istituzioni internazionali che operano nella gestione di crisi sanitarie e una pubblicazione scientifica di rilievo. Nello specifico sono stati esaminati i documenti riferiti alla comunicazioni del rischio da queste fonti, che saranno poi analizzate nel dettaglio:

- European Centre for Disease Prevention and Control (ECDC)
- Centers for Disease Control and Prevention (CDC)
- Vincent Covello, 2003, Best Practices in Public Health Risk and Crisis Communication

European Centre for Disease Prevention and Control (ECDC)

L'ECDC è una agenzia indipendente europea che agisce con lo scopo di monitorare, fronteggiare e informare circa le malattie infettive nei paesi della UE. È la massima autorità europea per quanto riguarda questo tema, e nel suo sito è presente una pagina dedicata alla comunicazione della crisi¹⁵.

Nella pagina sono riportati 9 punti che è consigliato seguire durante la comunicazione di una crisi:

- Non permettere che il pubblico abbia una reazione agli eventi ritardata
- Non smettere di comunicare azioni proattive e non impedire alle persone di agire
- Non permettere una mancanza di preparazione nella comunicazione della crisi
- Non ignorare i bisogni e le aspettative dei mass media tradizionali
- Non permettere una mancanza di comunicazione con partner esterni e stakeholder
- Non permettere una mancanza di comunicazione interna col sistema sanitario
- Non permettere caos informativo
- Non appiattire la comunicazione, ma diversifica per il tipo di pubblico di riferimento
- Promuovere attente elaborazioni della crisi e azioni proattive

La pagina specifica che: "Una interazione aperta, onesta e continua con il pubblico rimane essenziale per comunicare efficacemente durante una crisi".

¹⁵ <https://www.ecdc.europa.eu/en/health-communication/crisis-communication>

Centers for Disease Control and Prevention (CDC)

Il CDC è un'importante istituzione di controllo della sanità pubblica statunitense, che si occupa principalmente di proteggere la popolazione americana da vari tipi di malattie tramite campagne di prevenzione e fondi per la ricerca medica.

Nel 2018 hanno pubblicato un aggiornamento al loro documento CERC (Crisis and Emergency Risk Communication), rivolto soprattutto alle istituzioni governative, che analizza la comunicazione del rischio e della crisi sotto vari aspetti. Nell'introduzione sono presenti sei principi di base della comunicazione della crisi:

- **Be first:** è cruciale comunicare velocemente e per primi, perché la prima fonte d'informazione diventa spesso quella che il pubblico prende come riferimento
- **Be right:** Essere il più accurati possibile è necessario per essere credibili. Questo si può ottenere dichiarando cosa si sa, cosa non si sa e su cosa si sta lavorando e quindi si ha incertezza.
- **Be credible:** non bisogna compromettere la propria onestà e credibilità durante la crisi, altrimenti i messaggi saranno poco efficaci
- **Express empathy:** le crisi provocano danni, e la sofferenza deve essere riconosciuta da chi comunica. Esprimere empatia nei confronti delle sensazioni della popolazione e delle sfide che sta affrontando aiuta a costruire un rapporto di fiducia e quindi aumenta la credibilità delle istituzioni
- **Promote action:** dare consigli alle persone su cosa fare per calmare l'ansia, ristabilire l'ordine e promuovere un senso del controllo
- **Show respect:** Quando la gente si sente vulnerabile è particolarmente importante avere una comunicazione rispettosa nei confronti delle difficoltà e delle tragedie

Il documento prosegue introducendo delle linee guida da mantenere durante la prima e la seconda fase della comunicazione della crisi:

Fase iniziale

- Esprimere empatia per i danni che la crisi comincia a produrre
- Comunicare il rischio in modo semplice
- Promuovere azioni nella popolazione per ridurre il rischio personale e mantenere la propria sicurezza
- Comunicare una progettualità, spiegare cosa si ha intenzione di fare per rispondere all'emergenza

Fase di mantenimento

- Assicurarsi che la popolazione comprenda il rischio in atto e attui le azioni per ridurlo
- Fornire informazioni secondarie e accessorie sulla crisi in corso per renderla più contestualizzabile e comprensibile
- Spiegare i diversi rischi che corrono i diversi tipi di persone
- Incoraggiare supporto pubblico e cooperazione tra le persone con l'obiettivo di ridurre il rischio
- Mantenere l'informazione accurata chiarendo incomprensioni, falsità e fatti poco chiari

Nel documento sono presenti anche dei suggerimenti su cosa evitare di fare durante una crisi:

- Comunicare molti messaggi diversi provenienti da esperti differenti
- Ritardare il rilascio delle informazioni
- Avere una attitudine paternalistica nei confronti del pubblico
- Non disinnescare immediatamente le notizie false e le credenze che si vengono a creare spontaneamente
- Mostrare pubblicamente difficoltà e confusione da parte degli organi operativi

Best Practices in Public Health Risk and Crisis Communication

Questo articolo di Vincent Covello, pubblicato sul Journal of Health Communication nel 2003, rappresenta un importante riassunto degli aspetti più importanti per ottenere una efficace comunicazione della crisi:

- Coinvolgere gli stakeholders nella gestione e nella comunicazione della crisi
- Ascoltare le persone prima di prendere azioni e mostrare empatia nei loro confronti
- Avere una comunicazione onesta, franca, aperta e credibile
- Coordinare e collaborare con altri partner nella gestione della crisi
- Cercare di venire incontro ai bisogni dei mass media
- Comunicare in modo chiaro ma empatico
- Pianificare attentamente la comunicazione

3.3 Formulazione dei parametri di confronto

Tenendo in considerazione le fonti precedentemente citate, sono stati elaborati 7 principi cardine per ottenere una comunicazione della crisi efficace:

- **Tempismo:** è fondamentale agire in modo tempestivo sull'informazione, per evitare la circolazione di notizie false e per comunicare una sensazione di preparazione ed allontanare l'incertezza. Inoltre, il pubblico tende ad associare maggiore credibilità alla prima fonte di informazione che consultano. Questo principio è evidenziato come cruciale in ogni fonte consultata. Una comunicazione tardiva potrebbe fare percepire l'istituzione come impreparata, debole o addirittura che diffonde informazioni false. Inoltre, questo criterio valuta anche la capacità della comunicazione istituzionale di adattarsi alla situazione che cambia in modo flessibile.
- **Pervasività:** questo principio valuta quanto la comunicazione istituzionale sia stata presente sui media, sia tradizionali che social, facendo particolare attenzione alla quantità di persone raggiunte e alle fluttuazioni della ricezione dei messaggi pubblici. L'importanza di tale principio è banale: un messaggio deve essere ascoltato per poter essere efficace. L'utilizzo dei mass media è imprescindibile durante una comunicazione della crisi.
- **Accuratezza:** secondo le diverse fonti consultate, è fondamentale mantenere sempre una comunicazione accurata nelle informazioni comunicate. Una mancanza di accuratezza porta inevitabilmente a fare percepire l'istituzione come poco credibile, è quindi necessario durante la comunicazione di una crisi non permettere caos informativo, chiarendo in modo accurato eventuali voci che circolano nella popolazione e preoccupandosi di informare senza tralasciare informazioni importanti e senza comunicare in maniera grossolana argomenti tecnici che richiedono una certa precisione nella comunicazione dei dati. In questo criterio rientra anche la fondamentale comunicazione dell'incertezza,

necessaria per avere una comunicazione accurata e credibile da parte della popolazione.

- **Chiarezza:** il linguaggio utilizzato dalle istituzioni deve essere il più chiaro possibile. In questo caso si è analizzato un periodo di crisi sanitaria globale, quindi i due governi presi in esame hanno dovuto comunicare all'intera popolazione nazionale. Per questo motivo è fondamentale mantenere una comunicazione chiara e comprensibile da chiunque, ed evitare un linguaggio tecnico che oltre a non essere compreso da una parte consistente della popolazione, può portare a percepire le istituzioni come distanti e quindi meno credibili. Questo principio coinvolge anche la coerenza e la trasparenza delle figure politiche e dei messaggi che vengono trasmessi con il resto della comunicazione istituzionale, in quanto una mancanza di chiara coerenza può portare la sensazione che la comunicazione non sia stata preparata ma che venga improvvisata, diminuendo la fiducia che il popolo può avere sull'istituzione, mentre una mancanza di trasparenza può portare la popolazione a perdere fiducia nelle istituzioni.
- **Diversificazione per target:** questo principio tiene in considerazione il fatto che la comunicazione di una crisi così pervasiva come quella dovuta al SARS-Cov-2 deve necessariamente essere diversificata tra i vari gruppi che compongono una popolazione nazionale. Una mancanza di messaggi diversificati e specifici porta la comunicazione a essere piatta e generica, e quindi percepita come distante e poco coinvolgente. Le parole di una figura di riferimento devono essere generalmente rivolte a tutti, ma in alcune occasioni devono essere rivolti dei messaggi specifici a gruppi specifici.
- **Promozione di azioni positive:** nella comunicazione di una crisi sanitaria di tipo epidemico è necessaria una grande attenzione alla comunicazione e alla promozione di azioni positive e proattive. Visto il carattere infettivo di questa emergenza è stato necessario stravolgere gli stili di vita dei cittadini in poco tempo: questo approccio deve essere accompagnato da una comunicazione chiara su cosa fare e cosa non fare durante l'emergenza. In questo modo si diminuisce il rischio per tutta la popolazione e si agisce direttamente sul grado di trasmissibilità del virus, contribuendo in maniera determinante al contenimento della pandemia. Per questo motivo, la promozione di azioni positive è presente in tutte le fonti consultate, ma diventa particolarmente importante durante la comunicazione di una crisi come questa.
- **Empatia:** l'analisi di questo principio serve a valutare l'impatto empatico della comunicazione istituzionale. Questo fattore non è trascurabile, in quanto l'assenza di empatia nei messaggi trasmessi porta inevitabilmente il pubblico a percepire l'istituzione come fredda, distante e quindi poco affidabile. In particolare è stato analizzato l'utilizzo delle metafore belliche durante la comunicazione di questa crisi. Tali artefatti retorici infatti sono stati criticati da diversi comunicatori della scienza e del rischio¹⁶. La guerra è infatti adatta solo in parte a descrivere una situazione di pandemia e di lockdown come quella che è stata presa in esame, e un utilizzo eccessivo o errato di tale comunicazione può portare anche a effetti negativi sulle azioni delle popolazioni.

¹⁶ S. Flusberg, E. Semino, G. Briguglia, D. Paulus, M. Garassino, R. Villa, "Guns, Germs, and Covid-19. Why science communication needs metaphors", conferenza tenuta durante il RESEARCH COMMUNICATION WEEK 2020, Università Ca' foscari di Venezia, 26 settembre 2020

4. Comunicazione istituzionale in Italia

Durante la prima fase della risposta alla crisi Covid-19, caratterizzata dal lockdown nazionale iniziato il 21 febbraio 2020 con la restrizione della mobilità in 10 comuni nella provincia di Lodi e uno a Padova, la comunicazione istituzionale italiana è stata demandata principalmente a due soggetti: Il Presidente del Consiglio Giuseppe Conte e la Protezione Civile. I ministri del governo hanno avuto poca visibilità ed erano quasi sempre accompagnati da uno dei due attori principali. Mentre il Presidente del Consiglio ha comunicato quasi sempre da solo o accompagnato da un membro del suo Governo, la Protezione Civile si è sempre accompagnata a un esterno. Alcuni esempi di questi ospiti sono il dottor Silvio Brusaferrò, Presidente dell'Istituto Superiore di Sanità, e il suo predecessore Walter Ricciardi; il professor Giovanni Rezza, direttore del Dipartimento Malattie Infettive dell'Istituto Superiore di Sanità; il rappresentante dell'OMS Ranieri Guerra, e altri.

La valutazione della comunicazione istituzionale si è quindi soffermata su questi due soggetti, essendo quelli più rappresentati nei media e seguiti dalla popolazione.

4.1 Comunicazione del Presidente del Consiglio Conte

Il Presidente del Consiglio si è esposto in prima persona durante questa fase, rilasciando interviste e comunicati in forma video sempre come protagonista e unico attore, spesso da solo e a volte accompagnato da qualche ministro che comunque manteneva un ruolo marginale. La figura del Presidente del Consiglio è stata un forte segnale di unità istituzionale, e i media hanno utilizzato questa immagine come aggregatore sociale e figura forte e autorevole.

Il canale mediatico di diffusione spesso utilizzato da Conte è stata la diretta web sui social network, in particolare Facebook e Youtube. Gli interventi e le interviste di Conte sono state poi caricate sul canale YouTube di Palazzo Chigi, così da poter essere consultabili in modo semplice dalla popolazione. Le dirette venivano ritrasmesse anche dalle televisioni, e ciò aumentava il grado di pervasività della sua comunicazione.

Per valutare l'impatto e la qualità della comunicazione del Presidente del Consiglio, valuterò separatamente i punti elencati e descritti nel Capitolo 3:

- Tempismo
- Pervasività
- Chiarezza
- Accuratezza
- Diversificazione per target
- Promozione di Azioni Positive
- Empatia

Tempismo

A parte qualche importate scivolone, la comunicazione di Conte è stata sufficientemente tempestiva. Avendo il parlamento legittimamente accentrato i poteri sul Presidente del Consiglio, la comunicazione che ha fatto Conte è potuta avvenire in maniera molto concorde con ciò che sarebbe successo di lì a poco a livello normativo. Essendo lui stesso il redattore dei Decreti della Presidenza del Consiglio dei Ministri, è stato in grado di preparare la propria comunicazione per informare i cittadini delle nuove misure che sarebbero state messe in atto per contrastare la crisi. Questo ha sicuramente aiutato gli italiani a sentirsi rassicurati e a percepire il governo come attivo e pronto all'emergenza, perché a ogni comunicazione del Presidente del Consiglio era associata un'azione dell'esecutivo nei giorni seguenti. Queste comunicazioni arrivavano però spesso tardivamente, comunicate in conferenze stampa in ritardo di ore e con terminologia spesso poco chiara. Il continuo cambiamento di vincoli e restrizioni inoltre mostrava una mancanza di pianificazione e un continuo "correre ai ripari", mostrando la difficoltà del governo a rimanere flessibile nei confronti della situazione.

L'immediatezza della comunicazione del Presidente Conte non ha impedito però la circolazione di fake news, mirate a screditare l'azione di governo. Conte non ha mai agito direttamente per contrastarle. Non ha mai citato il termine "fake news" nei suoi discorsi, e ha fatto accenno a notizie false solo quando l'opposizione si è espressa in maniera critica sugli aiuti europei e sul Meccanismo Europeo di Stabilità, un tema che stava molto a cuore al Presidente del Consiglio e che ha citato molte volte all'interno delle sue conferenze stampa.

La tempestività della comunicazione del governo è stata eccessiva in alcuni casi, anticipando ai cittadini informazioni riservate sul contenuto di bozze di DPCM. Queste fughe di notizie hanno causato più volte forti reazioni da parte del pubblico, portando i decisori politici a modificare quelle bozze di decreto per renderle più digeribili dalla popolazione.

Emblematica in questo contesto è stata la conferenza dell' 8 marzo, subito successiva a una fuga di notizie circa una bozza di un nuovo DPCM. Questa avrebbe dovuto imporre una chiusura in quarantena di tutta la Lombardia. La notizia rischiò di provocare un esodo di massa di studenti fuori sede e lavoratori che, spaventati dalla possibilità di rimanere bloccati a Milano, presero d'assalto stazioni e treni per rincasare il prima possibile, rischiando di diffondere il contagio in tutta Italia. Conte il giorno successivo aprì la sua conferenza con questa notizia, spiegando che quella era solo una bozza che lui non aveva ancora autorizzato, poi spiegò brevemente l'iter che devono seguire i DPCM. Non fece cenno però alle conseguenze di questo gesto, ovvero la possibile diffusione del contagio anche in Sud Italia, che vista la condizione più precaria del servizio sanitario avrebbe potuto generare quadri epidemiologici ancora più critici della Lombardia. Non fece menzione nemmeno alle responsabilità della fuga di notizie, che nei giorni successivi ricaddero sulla giunta regionale lombarda. Secondo la stampa estera fu proprio la giunta di Attilio Fontana che fece trapelare la bozza del decreto ai maggiori giornali italiani e stranieri. Il 9 marzo infatti la CNN diffuse la notizia dell'aumento delle restrizioni contenuta in una bozza "spedita alla CNN dall'ufficio stampa dell'autorità regionale lombarda". La giunta regionale smentì, affermando di non avere nulla a che fare con la vicenda. A prescindere dalle responsabilità della fuga di notizie, la diffusione della bozza ha generato preoccupazione in una fetta consistente di popolazione lombarda, che Conte ha cercato di mitigare modificando il decreto.

Pervasività

La pervasività delle comunicazioni del Presidente del Consiglio è stata notevole. Si ritiene che durante i periodi di crisi la popolazione tenda a cercare una figura autorevole a cui affidarsi¹⁷. Conte ha ricoperto questo ruolo, comparando spesso sia sui media tradizionali che sui media più recenti come i social network, azione che gli ha permesso di comunicare direttamente anche con le fasce più giovani della popolazione. In totale, durante il periodo di lockdown, i suoi video e le dirette pubblicati sui social Facebook e YouTube hanno superato le 75 milioni di visualizzazioni con 37 video, per la grande maggioranza attribuibili a Facebook, che ha fatto una media di 3.770.000 visualizzazioni a video contro una media di 198.000 di YouTube (Immagine 1).

I mass media tradizionali non sono stati ignorati, ma hanno spesso ricevuto materiale di seconda mano. Il Presidente ha infatti preferito le dirette sui social network per avere un rapporto più diretto con la popolazione, comunicato anche attraverso il fatto che le dirette fossero fatte attraverso i suoi profili social personali, e non attraverso canali ufficiali dello stato. Questo ha portato a personalizzare molto la figura del Presidente del Consiglio, avvicinando la figura istituzionale alla persona di Conte.

Nonostante la frequenza sia stata buona (un video ogni quattro giorni, all'incirca) è presente un vuoto informativo che va dal 10 al 26 aprile, in cui la popolazione è rimasta per due settimane senza aggiornamenti ufficiali.

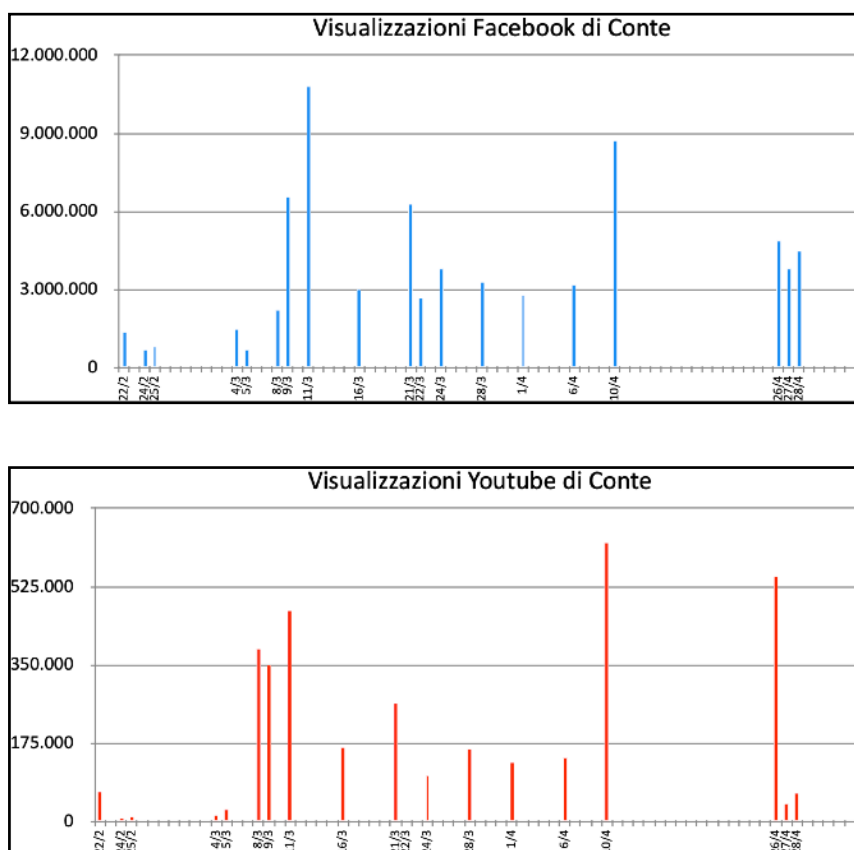


Immagine 1: Visualizzazioni sui social-network dei video delle conferenze di Conte. In ascissa le date delle conferenze, in ordinata il numero di visualizzazioni. Si noti la diversa scala dei due grafici, che attribuisce lo stesso andamento delle visualizzazioni ma un valore assoluto molto maggiore per le dirette trasmesse su Facebook.

¹⁷ A. Boin, P. 'T Hart, F. van Esch, *Political leadership in times of crisis: comparing Leader Responses to Financial Turbulence*, nel libro "Comparative Political Leadership", Palgrave MacMillan, 2012, pp. 119-141

Accuratezza

La comunicazione di Conte non è stata molto accurata, ma anzi si è tenuta su toni molto generali nei confronti della pandemia e di SARS-Cov-2. Il focus della sua comunicazione infatti non è stato generalmente il nuovo coronavirus, ma le difficoltà economiche, sociali e personali della popolazione. In tal senso ha fatto richiami diretti a trattati internazionali (come il trattato di Schengen e il Meccanismo Economico di Stabilità) e alla situazione economica del Paese, alla convivenza col virus e alle precauzioni da prendere, ma senza mai entrare nei dettagli. Ha dichiarato apertamente più volte di basare le sue scelte sul comitato tecnico scientifico, facendogli assumere il ruolo di principale fonte per le scelte prese dal governo, ma non si è mai esposto a chiarimenti, né ha invitato direttamente esperti che non fossero Ministri a parlare nelle sue dirette. In particolare, si è risentito più volte quando i giornalisti chiedevano risposte più dettagliate, arrivando anche a perdere la pazienza: il 25 febbraio a una domanda sui protocolli seguiti nell'ospedale di Codogno, Conte interrompe la domanda facendo appello a «non fare polemica in un momento come questo», paragonando la critica fatta dalla giornalista alla gravità del momento, spostando il focus della domanda ed evitando di rispondere affermando di stare affrontando problemi ben più importanti. Anche il 4 marzo, a insistenti domande sulla chiusura delle scuole, il Presidente del Consiglio risponde con tono piccato: «se vuole venire a spiegarlo lei...». L'evento più emblematico della incapacità di Conte di gestire domande tecniche in maniera assertiva avviene nella conferenza stampa del 10 aprile, durante la quale a una domanda sul MES il Presidente risponde con enfasi, perdendo la pazienza, addossando le colpe ai governi precedenti, sbattendo il pugno sul tavolo ed esclamando: «Se lei ha una soluzione, me la dia!»

Conte ricorda in più occasioni di non rivolgersi a lui come a un esperto, senza però invitarne nessuno che potesse rispondere tecnicamente ai giornalisti. Il 24 marzo arriva a esternare la sua poca accuratezza con un laconico «il Presidente del Consiglio non è uno scienziato, non è un virologo, non è un epidemiologo», in risposta a una domanda sul numero di contagiati. Il Presidente si dichiara sempre in diretta continuità con il parere del comitato tecnico scientifico, ma rimane generico sulle risposte tecniche date ai giornalisti. Conte fa comunque un lavoro di argine alle fake news, cercando di legittimare solo fonti autorevoli. Sin dal 4 marzo, in un video trasmesso sui social, dichiara che «la trasparenza è il primo vaccino» e che non lascerà spazio al complottismo. In generale fa molto richiamo alla trasparenza e alla volontà delle istruzioni di comunicare in maniera diretta e immediata, cosa già descritta come fondamentale durante la comunicazione di una crisi nel capitolo 3.

In qualche occasione si lascia andare a dichiarazioni che successivamente si riveleranno infondate, abbassando la già labile fiducia della popolazione verso il governo. Ad esempio, il 22 febbraio parla di «solo un paio di settimane di restrizioni», e il 16 marzo annuncia che «nessuno perderà il posto di lavoro a causa del coronavirus».

Spesso nelle dichiarazioni che fa non usa termini quantitativi, ma qualitativi. Per esprimere la dimensione delle manovre economiche e delle azioni governative usa frequentemente termini come «poderoso» (8 volte), «grande» (56 volte), «potenza» e «potenziamento» (10 volte)

In generale quindi Conte non fa una comunicazione molto accurata nei dati, prediligendo un approccio più emotivo. Nonostante questo, si appoggia a enti ufficiali e invita a evitare le fake news, descrivendo spesso il comitato tecnico scientifico come il riferimento tecnico del governo. Dichiara di volere mettere in primo piano la trasparenza e la comunicazione col cittadino, ma in più occasioni si rivela passivo-aggressivo nei confronti dei giornalisti che richiedevano un parere più tecnico e oggettivo su certi argomenti.

Chiarezza

La chiarezza della comunicazione del Presidente del Consiglio è stata altalenante. In un primo momento il suo approccio è stato rassicurante, quasi minimizzante del problema: il 22 febbraio dichiara: «stiamo effettuando centinaia e centinaia di controlli coi tamponi, di qui il numero elevato di casi nel nostro paese», portando l'ascoltatore ad associare la crescita dei casi in Italia non a una epidemia in diffusione, ma al lavoro «certosino» effettuato dal personale medico. Successivamente la posizione di Conte è stata invece molto più dura, arrivando a richiamare l'irresponsabilità dei cittadini che ignoravano le norme di restrizione della circolazione.

In generale rimane abbastanza chiaro sulla gravità dell'epidemia: parla in modo chiaro del fatto che i malati gravi non siano percentualmente molti, ma che il virus è molto infettivo e quindi le restrizioni sono fatte per proteggere le fasce di popolazione più deboli. Ripete spesso che i criteri con cui prende le decisioni sono adeguatezza e proporzionalità rispetto all'evolversi degli eventi, rimanendo molto cauto (dopo qualche dichiarazione molto ottimista in un primo momento) sull'evolversi della situazione italiana.

Poco chiaro invece sul rapporto con l'opposizione di governo, alternando dichiarazioni di collaborazione a rotture molto nette con Matteo Salvini e Giorgia Meloni.

L'assenza di personale tecnico che potesse rispondere alle domande dei giornalisti ha fatto sì che il Premier dovesse più volte ricorrere alla formula "non sono un esperto, non chiedete a me", peccando nella chiarezza espositiva di concetti tecnici.

Capita più volte che Conte debba spiegare più nel dettaglio certe norme o disposizioni date nei giorni precedenti, a volte andando contro quello che gli organi di stampa riportano.

Altro evento poco chiaro è stato la concessione, a inizio aprile, di quella che è stata definita come "l'ora d'aria per i bambini". Una comunicazione governativa poco chiara aveva generato il dubbio che si potesse uscire per fare passeggiare i bambini, ma Conte ha subito fatto dietrofront: si può uscire coi bambini ma solo se si hanno motivi gravi e urgenti. Successivamente verrà lasciata questa possibilità ai più piccoli, ma in un primo momento la comunicazione istituzionale è stata contraddittoria.

Poco chiara è stata anche la normativa circa gli spostamenti e le autocertificazioni: termini legislativi poco chiari e fumosi, uniti a un cambio frequente dei testi delle autocertificazioni da portare con sé per potersi spostare, hanno portato la popolazione a percepire una situazione di forte incertezza.

La mancanza di chiarezza culminerà alla fine del lockdown, quando sarà riaperta la possibilità di incontrarsi ma solo fra "congiunti", una parola che non ha un significato chiaro né in italiano, né tantomeno nel linguaggio legislativo.

Diversificazione per target

La comunicazione del Presidente Conte è stata molto poco diversificata e molto escludente. All'inizio della crisi c'era stato un timido tentativo di diversificare la comunicazione tra i cittadini che erano in lockdown e quelli che non lo erano, ma è stata presto abbandonata a favore di una comunicazione più generale, impersonale e complessiva. Successivamente l'atteggiamento che Conte mantiene è molto escludente delle fasce di popolazione che non corrispondono a una visione mediana e parziale del cittadino: la comunicazione e l'empatia viene direttamente rivolta solo a chi è credente, cattolico, tifoso del calcio e non giovane.

In occasione della Pasqua il Presidente si dichiara credente cattolico e si dimostra particolarmente attento ai bisogni dei cattolici, rammaricandosi che le chiese non possano essere aperte per la festività religiosa, facendo diversi richiami alla Bibbia e ai Vangeli ed escludendo in tal modo tutti i cittadini atei o professanti una religione diversa. Arriva a ringraziare direttamente la Conferenza Episcopale Italiana e «tutte le persone che hanno una particolare sensibilità religiosa», intendendo però solo i cristiani cattolici visti i riferimenti pasquali.

In particolare uno dei gruppi sociali più attaccati nei discorsi del Presidente sono i giovani, rei di comportarsi in modo sconsiderato e poco maturo. La comunicazione nei loro confronti è massimamente paternalistica, già a inizio marzo si rivolge direttamente a loro dichiarando:

Lo dico anche ai nostri figli, che in questi giorni non stanno andando a scuola: devono comprendere che questa non è l'occasione per ritrovarsi insieme a far delle festicciole e quindi per creare occasioni di contatto. Devono approfittarne per tornare a delle buone letture.

Questo messaggio generalizza lo stereotipo del ragazzo che non pensa alle conseguenze delle proprie azioni e che pensa a fare feste invece che leggere un buon libro. Anche successivamente, quando ha dovuto fare richiami alla popolazione a rispettare le norme e a non fare assembramenti, si è sempre esplicitamente rivolto solo ai giovani che devono evitare di fare feste, addossando una responsabilità a una fetta di popolazione peraltro minoritaria e che non ha fatto nessun atto in particolare per meritarsi questo trattamento speciale. Anche durante il periodo di lockdown i giovani sono stati sempre, nel migliore dei casi, messi a corollario della comunicazione.

Oltre agli attacchi, Conte non comunica informazioni utili per le fasce di popolazione più giovani: non si dice nulla sulla scuola, a parte quando viene chiusa, nulla sui lavori stagionali, sui tirocini e gli stage di chi ha da poco cominciato a collaborare con un'azienda. In sintesi, la categoria viene esclusa dal dibattito e utilizzata come capro espiatorio per i richiami alla popolazione, con un atteggiamento molto paternalista.

Promozione di azioni positive

Durante il lockdown la comunicazione del Presidente del Consiglio non è stata molto proattiva. La promozione di comportamenti positivi nella popolazione è rimasta per la maggior parte a livello morale, non pratico: fa spesso richiami alla responsabilità (85 volte), alla collaborazione (25 volte) e al rispetto delle regole (30), ma di concreto comunica poco.

A livello pratico le azioni più promosse dal governo sono lo “stare a casa” (13 volte) e a mantenere il distanziamento sociale (26 volte). Altre azioni sembrano essere state dimenticate: il lavaggio delle mani è citato da Conte una sola volta, l'utilizzo della mascherina mai direttamente. Curioso il caso della conferenza stampa del 9 marzo, durante la quale una giornalista si rifiuta di prendere il microfono per fare la domanda. Conte prima la riprende perché non riesce a sentire bene la domanda; la giornalista risponde che non le sembra il caso, durante l'epidemia di coronavirus, di parlare a pochi centimetri da un microfono che hanno già usato altre persone. Il Presidente subito ridacchia, pensando forse fosse una battuta, poi capisce e lascia proseguire. In questo caso l'atteggiamento proattivo è stato della giornalista, non della figura istituzionale.

Empatia

La comunicazione del Presidente Conte è stata molto empatica. Sin dall'inizio dell'emergenza usa la seconda persona plurale, mettendo lui stesso e le istituzioni allo stesso livello dell'ascoltatore. Parla spesso di sacrificio e di responsabilità, ma senza tralasciare l'aspetto più umano della vicenda: parla direttamente alle famiglie, agli anziani, alle persone in difficoltà. Si assume personalmente la responsabilità politica delle norme di restrizione che sono state imposte, e si mostra come una figura saggia, responsabile e che ha a cuore prima di tutto la salute della popolazione. Uno dei migliori esempi dell'empatia dimostrata da Conte nei suoi discorsi è il video che ha trasmesso sui social network il 21 marzo:

Buonasera a tutti. Sin dall'inizio ho scelto la linea della trasparenza, la linea della condivisione. Ho scelto di non minimizzare, di non nascondere la realtà che ogni giorno è sotto i nostri occhi; ho scelto di rendere tutti voi partecipi della sfida che siamo chiamati ad affrontare. È la crisi più difficile che il Paese sta vivendo dal secondo dopoguerra. In questi giorni durissimi siamo chiamati a misurarci con immagini, con notizie che ci feriscono, ci lasciano un segno che rimarrà sempre impresso nella nostra memoria, anche quando questo, ci auguriamo presto, sarà finito. La morte di tanti concittadini è un dolore che ogni giorno si rinnova. Questi decessi per noi, per i valori con cui siamo cresciuti, per i valori che ancora oggi condividiamo, non sono semplici numeri. Quelle che piangiamo sono persone, sono storie di famiglie che perdono gli affetti più cari. Le misure fin qui adottate, l'ho già detto, richiedono tempo prima che possano spiegare i loro effetti. Dobbiamo continuare a rispettare tutte le regole con pazienza, con responsabilità, con fiducia. Sono misure severe e ne sono consapevole: rimanere a casa, rinunciare a radicate abitudini non è affatto facile, ma non abbiamo alternative. In questo momento dobbiamo resistere, perché solo in questo modo riusciremo a tutelare noi stessi e a tutelare le persone che amiamo.

È molto presente anche il patriottismo nei discorsi del Presidente del Consiglio, nei quali elogia l'organizzazione della protezione civile, l'impegno degli italiani, lo stato Italia rispetto alle altre nazioni europee, arrivando a dire, il 26 aprile:

Ci stanno guardando a livello europeo e a livello internazionale perché mostrano solidarietà, mostrano sostegno anche morale nei nostri confronti e, diciamo così, anche con orgoglio e ammirazione per molti dei provvedimenti che abbiamo preso.

Comunica sia rispetto per le vittime, che fiducia negli italiani e nella situazione futura, ma senza abbandonare un piglio severo e a tratti paternalistico, soprattutto nei confronti delle fasce più giovani della popolazione.

In generale, la cornice narrativa che Conte utilizza nei suoi discorsi e nelle conferenze stampa è quella della guerra: usa spesso la metafora dei medici in trincea o in prima linea (6 volte), parla di macerie e di ricostruzione (7 volte), di rimanere uniti e compatti (11 volte), dice di volere «battersi fino all'ultimo», parla della «potenza di fuoco» delle misure economiche e arriva fino a dichiarare il 4 aprile che le restrizioni economiche hanno portato ad una «economia di guerra».

L'utilizzo delle metafore di guerra è stato utilizzato anche a livello iconografico: una delle immagini più forti diffuse dai media durante il periodo di lockdown è stata la fotografia di un convoglio di mezzi militari intenti a trasportare salme da Bergamo per essere cremate in Emilia, diffusa il 19 marzo (Immagine 2).



Immagine 2: mezzi militari nelle strade di Bergamo. Questa immagine, caricata da un utente sui social, è stata molto rilanciata dai media per sottolineare la drammaticità e la serietà della situazione, accostandola a scenari di guerra.

Questa immagine si è inserita alla perfezione nella narrazione governativa che utilizzava metafore militari, spingendo l'opinione pubblica ad approcciare l'emergenza effettivamente come se si trattasse di una guerra contro un nemico invisibile.

4.2 Comunicazione della Protezione Civile

Un altro soggetto centrale nella comunicazione istituzionale italiana è stata la Protezione Civile, che ha agito sia come ente di raccolta dati nazionale che come megafono di tali dati. Per il periodo del lockdown infatti la Protezione Civile si è impegnata a presentarsi in una conferenza stampa dapprima due volte al giorno, una alle 12:00 e una alle 18:00, poi, dal 28 febbraio, una sola volta al giorno, alle 18:00. La conferenza stampa ha avuto uno schema fisso: il Capo del Dipartimento della Protezione Civile, Angelo Borrelli, apriva la conferenza comunicando una serie di dati sull'andamento dell'epidemia, come il numero di nuovi infetti, i guariti, i decessi, ecc.

Successivamente la parola veniva data a un tecnico chiamato per dare una opinione più dettagliata su un certo aspetto della gestione della crisi, che poteva rispondere alle domande specifiche dei giornalisti. Gli ospiti sono stati molteplici, quasi tutti medici o ricercatori nell'ambito della sanità: Silvio Brusaferrò, Presidente dell'ISS; Walter Ricciardi, predecessore di Brusaferrò e membro del Comitato Tecnico Scientifico, nonché consigliere del ministro della salute; Gianni Rezza, direttore del Dipartimento Malattie Infettive dell'Istituto Superiore di Sanità; Ranieri Guerra, rappresentante italiano dell'OMS, eccetera.

Tutte le conferenze stampa della Protezione Civile sono state trasmesse in diretta su YouTube, e poi ritrasmesse in parte su altre piattaforme come Facebook. La comunicazione in generale ha fatto da contraltare a quella del Presidente del Consiglio: meno empatica, più tecnica e legata ai dati. La qualità di questa comunicazione è stata esaminata sulla base dei sette punti individuati nel capitolo 3.

Tempismo

La comunicazione della Protezione Civile è stata costantemente al passo con gli avvenimenti. Rilasciando almeno una conferenza stampa ogni giorno hanno avuto la possibilità di comunicare in modo immediato ogni variazione della situazione che andava evolvendosi, aggiornando la popolazione sull'andamento dell'epidemia e legando i loro discorsi ad eventi giornalieri. I giornalisti hanno potuto fare domande su notizie uscite poche ore prima, e questo ha permesso alla Protezione Civile di porsi come fonte primaria e autorevole di notizie, non lasciando spazio a complottismi e fake news, che sono state comunque attaccate più volte dalla comunicazione di Borrelli. Ad esempio, il 1 marzo durante la conferenza stampa viene chiesto se la situazione sia più preoccupante di quello che sembra, visto che stanno dispiegando un gran numero di forze sul territorio. La Protezione Civile rassicura dicendo che fa solo parte del loro lavoro, e ribadendo l'eccellenza del Dipartimento. In questo caso il tempismo perfetto della comunicazione ha impedito il diffondersi di preoccupazione ed eventuali fake news.

Pervasività

La pervasività della comunicazione della Protezione Civile è stata ottenuta soprattutto grazie al loro canale YouTube e ai giornalisti presenti in sala, che esportavano le dichiarazioni sui principali giornali e telegiornali. Il canale ha totalizzato con i video delle conferenze stampa più di 5.500.000 visualizzazioni nel periodo compreso tra il 22 febbraio e il 30 aprile (data del termine dei bollettini della Protezione Civile), riuscendo ad avere una buona pervasività tra il pubblico con una media di 94.000 visualizzazioni per ognuno dei 60 video (Immagine 3). L'assenza di social più diffusi (come Facebook) ha precluso però la possibilità alla Protezione Civile di diffondere la sua comunicazione in un modo esteso come quella del Presidente del Consiglio. La pervasività della comunicazione della Protezione Civile è stata però aiutata anche dalla diffusione dei messaggi via carta stampata e telegiornale: seppur non in modo integrale, i messaggi di Borrelli e colleghi sono potuti arrivare a un gran numero di persone in tutta Italia.

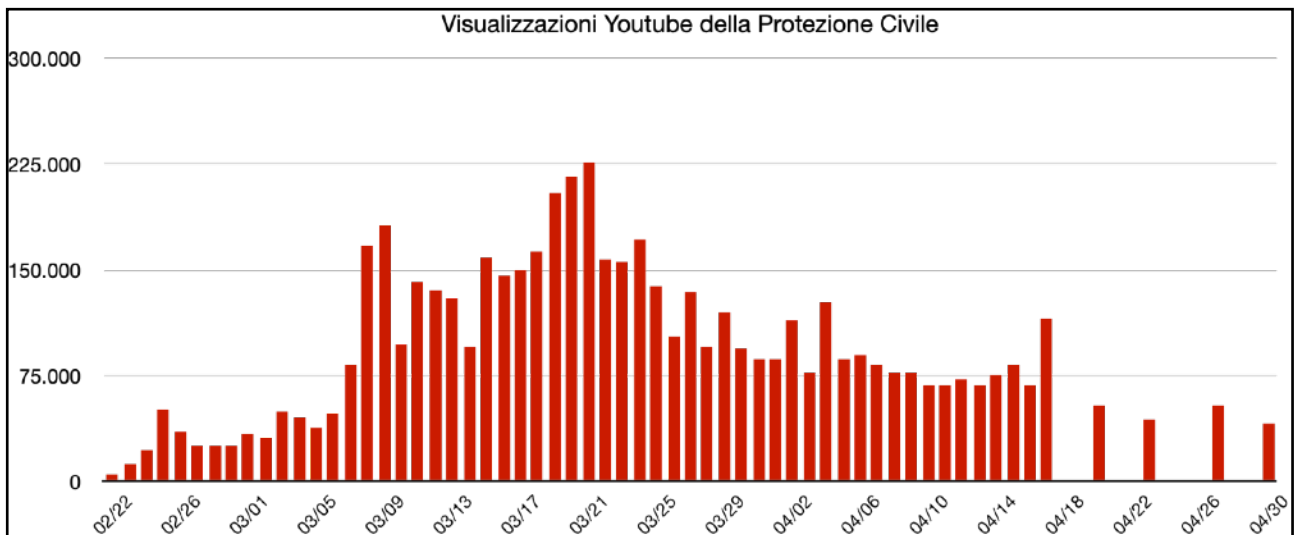


Immagine 3: Visualizzazioni del canale YouTube della Protezione Civile. In ascissa sono presenti le date, in ordinata il numero di visualizzazioni.

Accuratezza

L'accuratezza della comunicazione della Protezione Civile è stata in generale molto buona. Il respiro molto più tecnico e legato ai dati rispetto a quello della comunicazione del Presidente del Consiglio ha permesso alla Protezione Civile di essere molto più accurata e precisa nelle dichiarazioni.

Raramente si è lasciata andare a previsioni, anzi è sempre rimasta molto cauta sulle dichiarazioni sul futuro. Ha espressamente comunicato più volte di non sapere come il quadro generale evolverà, che le proiezioni fatte in un periodo di forte crisi ed emergenza possono non essere del tutto affidabili, e che l'efficacia delle misure di contenimento si può valutare solo dopo due-tre settimane. In questo modo si è dimostrata molto affidabile e precisa nelle dichiarazioni, pur non trasmettendo la sicurezza che può avere una dichiarazione di fiducia nel futuro. Ha richiamato spesso i cittadini a seguire le misure preventive anche in assenza di sintomi, in quanto gli asintomatici possono essere veicolo di contagio. Ricorda spesso di informarsi tramite canali ufficiali e di non affidarsi alle fake news che si possono trovare sul web. A volte suggerisce di visitare i siti web ufficiali di Protezione Civile, Istituto Superiore di Sanità e Organizzazione Mondiale della Sanità, e il 30 aprile ricorda che una notizia scientifica è attendibile soltanto quando viene pubblicata su riviste ufficiali *peer reviewed*.

In generale si dichiara molto in continuità con la comunità scientifica internazionale e con i dati che vengono comunicati ogni giorno, ripetendo diverse volte che le misure che prenderanno saranno guidate dall'evolversi dell'epidemia, non da previsioni arbitrarie. Sono molto cauti su ogni previsione che viene loro chiesto di fare, ammettendo in più occasioni di non sapere cosa succederà e di aspettare di vedere i dati per fare dichiarazioni.

In generale usano un tono molto tecnico e preciso, che lascia poco spazio a interpretazioni e speculazioni, e anzi in diverse occasioni riprendono i giornalisti per utilizzare parole poco consone, come "untore" riferito agli infetti e "cura" per i potenziali vaccini.

Nonostante tutto, in un primo momento la Protezione Civile si è sbilanciata in alcune dichiarazioni che si sono rivelate sbagliate, e che avrebbero potuto minare la credibilità del dipartimento. Il 25 febbraio hanno dichiarato che la malattia non è poi così grave, che la maggior parte dei casi sono asintomatici e che le persone che sono decedute avevano un quadro clinico compromesso, e che quindi qualsiasi infezione virale avrebbe avuto lo stesso esito. Queste dichiarazioni, seppur in parte vere, potevano provocare confusione nell'ascoltatore, che sente provenire narrazioni diverse da differenti fonti autorevoli.

A proposito di questo, più volte la Protezione Civile ha usato la formula «sono deceduti con coronavirus, non per coronavirus», cercando di essere rassicurante nei confronti della popolazione. Questa comunicazione ha però diviso l'opinione pubblica: una parte seguiva la narrazione della Protezione Civile, arrivando anche a sottovalutare il virus; un'altra parte seguiva la narrazione del Presidente del Consiglio e dei giornali che invece avevano una comunicazione meno rassicurante.

All'inizio della conferenza stampa dell'11 aprile, la Protezione Civile perde per un attimo il suo legame con la scienza: visto il periodo pasquale, iniziano la conferenza stampa raccontando di un 94enne guarito da SARS-Cov-2, definendolo «un miracolo». A livello informativo però viene trasmesso da una fonte autorevole un singolo caso, che in quanto tale non ha alcun valore statistico, e viene utilizzato per infondere una speranza legata alla sfera spirituale e religiosa. Questo va in diretto contrasto con la comunicazione abituale della Protezione Civile, sempre molto legata alle statistiche, ai dati, alle proiezioni e in generale poco vicina all'empatia degli ascoltatori.

Chiarezza

La chiarezza della comunicazione della Protezione Civile è stata buona in generale, però ha avuto il grave difetto di essere sempre estremamente tecnica e difficilmente traducibile nel linguaggio comune. La comunicazione è sempre stata molto legata ai dati e poco alle emozioni del momento, e questo ha permesso alla Protezione Civile di esprimersi quasi sempre in maniera molto diretta e chiara. Questo però può diventare un problema quando non si riesce a distanziarsi dal linguaggio tecnico: il 17 marzo un giornalista fa una domanda su un farmaco in sperimentazione, e conclude specificando «se potesse spiegarcelo nella maniera meno scientifica possibile».

Nonostante la richiesta diretta, la risposta di Brusaferrò è stata molto tecnica e “per gli addetti”, dimostrando come nelle conferenze stampa della Protezione Civile il portavoce non sia stato in grado di esprimersi chiaramente usando concetti semplici.

Ci sono vari aspetti che non sono stati comunicati chiaramente, a partire dalla pericolosità del SARS-Cov-2. Tutte le conferenze infatti si aprivano con il bollettino in cui comunicavano numero di nuovi infetti, di nuovi morti e di guariti, per poi ricordare i valori totali. Nel primo periodo però l’atteggiamento della Protezione Civile sembrava voler stemperare i toni continuando a reiterare la formula «sono deceduti con il covid, non per il covid». Questo però può essere poco chiaro per gli ascoltatori, che da un lato si sentono ripetere del pericolo di contagio come qualcosa di cui temere, dall’altro viene loro detto che il virus colpisce duramente solo chi ha una età avanzata e più patologie pregresse. Questo può confondere l’ascoltatore in quanto vengono comunicate due informazioni contrapposte: da una parte si continua a insistere sulla necessità di prendere precauzioni, dall’altra sembra tengano un tono distensivo, che come sottotesto può avere “non preoccupatevi”.

Anche sulle mascherine non sono stati molto chiari: diverse volte hanno dichiarato come la mascherina servisse soltanto a certe categorie di persone in certe situazioni, affermando che indossarla in ogni situazione fosse inutile. Questo aderiva alle direttive dell’OMS dell’epoca in tema di mascherine protettive, però questa comunicazione si scontrava con altre fonti istituzionali e giornalistiche che invece raccomandavano l’utilizzo della mascherina in ogni situazione quando si era fuori casa.

Il 5 aprile, mentre le mascherine venivano rese obbligatorie a tutta la popolazione nei luoghi aperti al pubblico al chiuso, Borrelli affermava: «io sono qui dentro tutto il giorno, e come mi vedete non porto la mascherina, ma per una semplice ragione: perché qui non ho possibilità di trovarmi in luoghi in cui c’è l’esposizione al rischio, dove ci possono essere più persone nello stesso ambiente», nonostante stesse dicendo questo in una sala colma di giornalisti. Questo tipo di comunicazione disorientante è stato denunciato anche dai giornalisti presenti, che riprendono delle dichiarazioni del Presidente della Regione Lombardia Attilio Fontana che si era dichiarato “disorientato” nel sentire le parole di Borrelli. La comunicazione sulle mascherine avrebbe richiesto flessibilità nel tempo, visto anche il cambio di opinione sull’argomento dell’OMS, che nel caso della protezione civile c’è stata solo in parte.

Ci sono stati poi casi di confusione informativa, durante i quali la Protezione Civile diffondeva messaggi che andavano contro la narrazione istituzionale della crisi, ad esempio il 15 marzo affermano che andare a correre da soli è un’attività sicura, mentre i decreti non lo permettevano e in generale l’uscita di casa non era permessa per lo svago personale. Emblematico il caso del 13 marzo, nel quale Brusaferrò invita la cittadinanza ad andare a donare il sangue, contraddicendo lo slogan istituzionale “Stiamo a Casa” che invitava la cittadinanza a uscire dalla propria dimora solo in casi di estrema necessità (spesa alimentare, lavoro che necessitava della presenza fisica dell’operatore e poche altre eccezioni).

Diversificazione per target

La comunicazione della Protezione Civile è stata discretamente diversificata in varie occasioni. In principio l'unica diversificazione che hanno fatto è stata comunicare l'età avanzata dei deceduti, raccomandandosi di fare particolare attenzione a quelle fasce di età e di rimanere tranquilli per quanto riguarda i bambini e i giovani.

Successivamente hanno ulteriormente chiarito che i bambini non sembravano essere soggetti a ricadute gravi della malattia, ma che comunque potevano essere agenti infettivi verso i nonni, più a rischio.

Ad aprile dichiarano che i medici sono contemporaneamente la fascia di popolazione più esposta ma anche quella più preziosa nella lotta al virus, e che quindi «c'è un'attenzione suprema nel cercare di tutelarli». In alcune occasioni viene anche posta l'attenzione sui disabili, dimenticati dalla comunicazione istituzionale governativa, e sui lavoratori che hanno dovuto continuare a svolgere le proprie mansioni anche durante il lockdown.

Viene comunicata anche l'importanza della serenità dei genitori nell'equilibrio della convivenza familiare forzata.

Nonostante citino più volte i giovani e gli adolescenti, non danno mai indicazioni su come interagire con loro, di fatto perdendo una buona occasione di fare una comunicazione mirata utile a fronteggiare un problema sociale che istituzionalmente si è preferito ignorare, e anzi sostituire con un ideale di "famiglia unita e felice" che però non si può applicare a tutti i nuclei familiari d'Italia.

Promozione di azioni positive

A differenza della comunicazione del Presidente del Consiglio, la Protezione Civile ha promosso in più occasioni le azioni positive dei cittadini.

Anche se si sono discostati dalla narrazione istituzionale per quanto riguardava l'utilizzo delle mascherine, ne hanno sempre comunicato in modo assertivo l'utilizzo corretto secondo le indicazioni dell'OMS. All'inizio della crisi hanno più volte reiterato che l'utilizzo delle mascherine dovesse essere limitato alle persone che fossero a rischio di infezione, e di evitare di utilizzarle inutilmente per evitare che ci fosse un esaurimento delle scorte. La quantità di volte che hanno toccato il tema mascherine (nominate 351 volte in tutte le conferenze) ha permesso ai cittadini di ricevere l'informazione su come utilizzarle nei modi suggeriti dall'OMS. Il caos informativo dovuto alla differente comunicazione che c'è stata nel resto delle istituzioni non è imputabile al lavoro svolto dalla Protezione Civile.

Hanno chiarito il ruolo degli asintomatici, che pur essendo meno infettivi degli altri infetti rimangono comunque una via di contagio prioritaria, in quanto tendono a non prendere particolari precauzioni. Più volte hanno parlato dell'argomento (nominato 50 volte), spiegando, mano a mano che la crisi proseguiva, come comportarsi in caso di contagio o di contatto con infetti, ad esempio informando che chi aveva i sintomi, soprattutto se anziani, non si sarebbe dovuto recare in pronto soccorso ma avrebbe dovuto avvisare il medico di base che avrebbe indicato come agire.

Sono stati molto chiari anche circa i sintomi dell'infezione, argomento che non era stato toccato dagli altri organi istituzionali durante le dirette.

Hanno fatto molti richiami alla responsabilità individuale (45 volte) e al distanziamento sociale (66 volte) come forma più efficace di protezione, seguita dall'igiene personale (20 volte). Nella seconda metà di Aprile hanno anche detto che l'utilizzo della mascherina non deve dare un senso di falsa sicurezza e farci abbandonare le misure di distanziamento e igiene, che rimangono le forme più importanti di contrasto alla diffusione del contagio. Queste informazioni sono state reiterate a intervalli frequenti durante tutto il periodo esaminato, e sono cambiate mano a mano che la crisi evolveva, sempre prediligendo le indi-

cazioni dell'OMS rispetto a quelle del governo centrale. Dal 20 marzo hanno cominciato anche a ripetere l'importanza dello stare a casa nel contenimento del virus, adeguandosi al resto della comunicazione istituzionale e appoggiando il governo nelle misure restrittive prese per il contenimento del contagio. Per promuovere queste misure hanno fatto leva sul senso di responsabilità nei confronti dei più anziani, definite come «le persone più fragili» e come «un patrimonio di questo paese».

Più volte hanno ringraziato i volontari, citandone anche il numero volta per volta, promuovendo così il volontariato di supporto dei cittadini durante i momenti più difficili della crisi.

Un buon esempio di come la Protezione Civile sia riuscita a veicolare messaggi proattivi sfruttando anche le notizie quotidiane si può trovare nella conferenza dell' 8 marzo, subito successiva all'evento di diffusione della bozza del DPCM che avrebbe dovuto mettere tutta la Lombardia in lockdown. Alla domanda di un giornalista di commentare l'evento di affollamento delle stazioni a seguito di questo leak della bozza, Borrelli risponde così:

Le indicazioni che vengono proposte sono indicazioni che mirano, come abbiamo sempre detto, al distanziamento sociale. La misura più importante che oggi noi abbiamo a disposizione è creare in tutte le condizioni possibili una distanza interpersonale che consenta la riduzione della probabilità della trasmissione del virus. In alcune zone dove il virus circola un po' più intensamente occorre un'attenzione particolare, perché il numero di persone positive o il numero di persone che manifestano dei sintomi è più elevato, la probabilità di diffusione più alta e quindi è necessaria una maggiore attenzione, delle misure strutturali che aiutino di più le persone a rispettare questa distanza. Il resto d'Italia però non è che sia esente, bisogna comunque mantenere l'attenzione, perché in realtà la presenza o l'inserimento di persone positive può ovviamente, come negli altri casi, trasmettere l'infezione. Nessuno di fatto oggi è immune, ma l'idea è proprio di modulare l'intensità delle misure in funzione della circolazione del virus. La mobilità a cui lei si riferisce, evidentemente è un elemento da prendere in considerazione, il punto però essenziale è che comunque le misure di distanziamento vanno mantenute: non è che se uno si sposta questo tema cambia. Un grande appello che mi sento di fare a tutti è che non c'è una parte d'Italia oggi che è completamente immune, ci sono delle parti d'Italia dove il virus circola di meno allo stato attuale, ma il fatto che il virus circoli dipende dai nostri comportamenti. Quindi se noi continuiamo a comportarci come nulla fosse, che lo facciamo a Milano o che lo facciamo in un'altra città del centro o del sud Italia, il virus circolerà laddove i nostri comportamenti e le condizioni di distanziamento interpersonale aumentano la probabilità di circolazione. Questo è il motivo per cui è stato proposto dal Comitato tecnico-scientifico e adottato dal Presidente del Consiglio un provvedimento che mira proprio a rendere consapevole ogni cittadino italiano di quanto sia importante l'adozione di questi strumenti, e questo è indifferente da dove viviamo.

In questa dichiarazione si utilizza il fatto di cronaca per veicolare un messaggio proattivo a tutta la popolazione italiana: indipendentemente da dove si risiede e dall'intensità del contagio nella propria zona è importante adottare misure di distanziamento sociale, perché in questo modo tuteliamo noi stessi e chi ci circonda. La frase più emblematica del discorso è: «Il fatto che il virus circoli dipende dai nostri comportamenti», legando quindi direttamente i comportamenti positivi della popolazione al contenimento dell'epidemia.

A partire da Aprile hanno continuato a reiterare la comunicazione di misure restrittive come il “restate a casa”, ma hanno aggiunto la formula “sta funzionando, continuiamo così”. Questo per comunicare una sensazione di progressione, di successo, di vittoria di una guerra. La cornice narrativa bellica, seppur utilizzata raramente dalla Protezione Civile, è stata molto utilizzata dal Presidente del Consiglio e dai media tradizionali. Questo ha permesso alla Protezione Civile di sfruttarla per veicolare messaggi proattivi a fronte di un “vantaggio guadagnato grazie alle vostre azioni nella battaglia al covid”. A proposito di ciò fanno leva anche sul concetto di “non abbassare la guardia”: abbiamo ferito il nemico, ma non dobbiamo lasciargli la possibilità di reagire.

Empatia

Per quanto riguarda l’empatia la Protezione Civile è stata gravemente insufficiente, risultando molto distante e tecnica rispetto alle emozioni degli ascoltatori. Anche quando parlavano di decessi lo facevano in maniera fredda e oggettiva, comunicando dati e bollettini e non spendendo una parola per far percepire la vicinanza con la popolazione. In diverse occasioni hanno ricevuto domande sulle condizioni dei bambini, soprattutto durante le prime fasi dell’epidemia, durante le quali non si era ancora certi dell’assenza dei sintomi più gravi da questa fascia di popolazione. La risposta a queste domande è sempre stata cauta, distante, molto legata ai dati e con poco spazio per l’empatia nei confronti dei bambini.

L’assenza di empatia della Protezione Civile può essere ben riassunta in una dichiarazione fatta il 21 marzo di Brusaferrò, riferita a una domanda sulla violenza domestica e sulle crisi dovute alla convivenza forzata:

Io però vorrei anche mostrare la parte di bicchiere... non so se è mezza, ma comunque la parte piena, poi ognuno valuterà quanto piena è. Questa è una grande occasione per riannodare i fili di un dialogo, no? Anche una vicinanza tra persone, tra amici, tra conviventi, tra familiari, transgenerazionale.

In questa dichiarazione Brusaferrò dimostra una totale mancanza di empatia, cercando di guardare a un “bicchiere mezzo pieno” durante la crisi sanitaria, economica e sociale più devastante dell’ultimo secolo, risultando estremamente lontano dalle situazioni quotidiane di molte persone costrette a convivere con persone violente o con cui non si vuole avere niente a che fare.

L’unico aspetto su cui è stata posta attenzione è comunicare prima il numero di guariti rispetto al numero di infetti, dando una sensazione di ottimismo in chi ascolta. Rimane una misura di coinvolgimento emotivo molto marginale durante una crisi di questa portata.

In generale, a partire dalla metà di Aprile la comunicazione empatica migliora leggermente. Viene mostrata empatia nei confronti degli anziani, dei medici deceduti per il contagio, e di altre categorie poco rappresentate: il 17 Aprile la conferenza viene aperta con una lettera personale mandata da una persona disabile, letta e commentata dimostrando molto tatto e molta empatia nel trattare la questione.

Le metafore di guerra non sono state molto utilizzate dalla Protezione Civile, che ha sempre mantenuto un approccio più tecnico e meno empatico. Nonostante utilizzino diverse volte il termine “guerra” (11 volte) per descrivere l’approccio alla pandemia, tendono comunque ad avere un atteggiamento poco metaforico e molto diretto. L’altro cenno che fanno al frame narrativo bellico è in riferimento a medici e infermieri, che vengono definiti spesso “in prima linea” (16 volte).

5. Comunicazione istituzionale nel Regno Unito

La prima fase della gestione della crisi Covid-19 in Regno Unito è stata caratterizzata da una prima parte, cominciata a metà marzo 2020, durante la quale il governo ha cercato di contenere la diffusione del contagio in modo non coercitivo, ma solo tramite consigli; e da una seconda parte, durata dal 23 marzo al 28 maggio, durante la quale è stato imposto un vero e proprio lockdown nazionale.

La comunicazione diretta delle istituzioni è stata concentrata in un appuntamento giornaliero con la stampa a Downing Street, durante la quale si aggiornavano i cittadini delle misure prese in atto dal governo per fronteggiare la crisi e rispondevano alle domande dei giornalisti.

La comunicazione istituzionale non è mai stata affidata a un solo soggetto, ma è stata una comunicazione corale: a ogni conferenza stampa partecipavano tre soggetti, di cui sempre almeno uno era un tecnico e uno un membro dell'esecutivo, per poter rispondere in modo completo sia da un punto di vista politico che da quello scientifico.

La lista delle persone che hanno parlato in queste conferenze stampa conta più di venti soggetti, tra cui figurano il Primo Ministro Boris Johnson, il consigliere scientifico del governo Patrick Wallace, il ministro della sanità Matt Hancock, ma anche figure meno legate alle istituzioni, come Ruth May, capo infermiera, o Ian Diamond, statistico. In generale le conferenze non hanno avuto una figura di riferimento attorno alla quale cambiavano gli interlocutori, ma è stato scelto un approccio più corale.

Il canale mediatico principale utilizzato dal governo per queste dirette è stata la televisione nazionale (BBC), seguita da articoli sui giornali nazionali a cura dei giornalisti invitati alla conferenza stampa. Le dirette sono state poi caricate sul canale YouTube della BBC, che è stato utilizzato come riferimento per recuperare il materiale.

Per valutare l'impatto e la qualità della comunicazione istituzionale in Regno Unito, sono stati valutati separatamente i punti elencati e descritti nel capitolo 3.

Tempismo

La scelta di effettuare conferenze giornalieri da parte del governo britannico ha permesso alla comunicazione di essere molto tempestiva, rispondendo nel giro di 24 ore ad avvenimenti importanti. Nonostante questo il tempismo della comunicazione britannica non è stato impeccabile, a causa del fatto che raramente le conferenze stampa vertevano su eventi di cronaca recenti. Si è preferito parlare degli sforzi governativi e delle azioni che i cittadini avrebbero dovuto intraprendere piuttosto che rispondere a eventi singoli di cronaca. Spesso le domande dei giornalisti riferite a questi eventi venivano utilizzate per comunicare messaggi proattivi e per reiterare istruzioni per la cittadinanza.

Un esempio di tale strategia è presente il 4 aprile, durante la quale un giornalista chiede quale sia la posizione del governo circa i manifestanti che il giorno prima hanno attaccato e distrutto una antenna per la trasmissione della rete internet 5G. In quel caso il governo ha fermamente condannato l'azione, accusando i manifestanti di irresponsabilità. Gli autori del gesto però non sono stati accusati solo in quanto vandali, ma anche come sabotatori. Infatti la rete internet è uno strumento definito fondamentale durante questa crisi, sia per mantenere i contatti a distanza tra le persone, che per permettere le comunicazioni tra i vari organi istituzionali, e anche per il tracciamento.

Veicolando questo messaggio le istituzioni non hanno solo denunciato il comportamento irresponsabile, ma hanno anche veicolato il messaggio del distanziamento sociale e del tracciamento come fondamentali per il contrasto al virus.

Un altro evento affrontato con grande tempismo è stato il commento a un video, divenuto virale in rete, nel quale un infermiere in lacrime denuncia il fatto che non gli vengono forniti i dispositivi di protezione individuale per poter continuare a lavorare. Il 21 marzo, il giorno successivo alla diffusione del video, le istituzioni comunicano solidarietà, definendo l'evento inaccettabile e veicolando il messaggio che sia sbagliato da parte dei cittadini accumulare mascherine e altri dispositivi, privando così i medici di materiale fondamentale. In questo modo non solo le istituzioni hanno prevenuto la diffusione di fake news sul video, arrivando per primi sulla notizia, ma hanno anche veicolato un messaggio proattivo nei confronti della popolazione.

Anche il ricovero in ospedale del Primo Ministro Boris Johnson per Covid-19 è stato sfruttato a livello comunicativo per veicolare un messaggio positivo: con grande tempismo sulla vicenda, si è utilizzato il fatto che anche una figura così influente e famosa potesse ammalarsi gravemente per ribadire che il virus non fa discriminazione, che tutti sono in pericolo e che tutti devono impegnarsi per ostacolare la circolazione del virus.

L'incombente della crisi ha portato gli uomini di governo ad abbandonare le loro lotte politiche per concentrarsi al massimo sul tempismo e l'efficacia dei messaggi alla popolazione nei confronti del coronavirus. Un esempio di questo è la risposta che Boris Johnson dà a un giornalista che gli ha chiesto come la crisi sanitaria impattasse sulla Brexit: «now the subject is banned, i don't want to hear that».

Si rifiuta di deviare il discorso dall'emergenza e dai modi con cui affrontarla per non perdere il tempismo delle dichiarazioni e per evitare argomenti divisivi e critici per il governo Johnson.

Pervasività

La pervasività dei messaggi istituzionali britannici è stata ottima: le dirette sulla televisione nazionale, la presenza dei giornalisti delle maggiori testate britanniche e la diffusione su internet tramite YouTube hanno permesso al governo di comunicare in maniera efficace e diretta con i cittadini. In particolare, le visualizzazioni su YouTube sono state più di 13 milioni e mezzo distribuite in 74 video, dall'inizio delle conferenze giornaliere il 16 marzo alla fine del lockdown il 28 maggio, con una media di 185.000 visualizzazioni per video. Come si può osservare nell'Immagine 4, la maggior parte delle visualizzazioni è concentrata alla fine del periodo di lockdown, in cui l'attenzione dei cittadini era massima per capire cosa fare per uscire dalla situazione di restrizione delle libertà individuali.

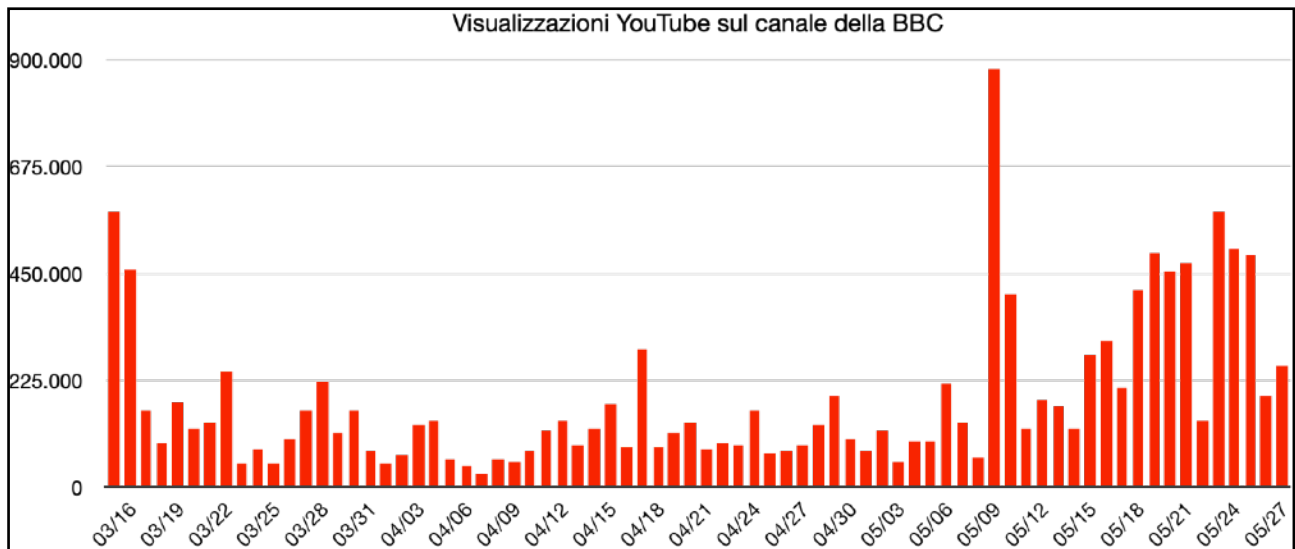


Immagine 4: Visualizzazioni del canale YouTube della BBC per i soli video delle conferenze stampa giornaliere a Downing Street. In ascissa sono presenti le date, in ordinata il numero di visualizzazioni. Da notare l'aumento delle visualizzazioni nel periodo finale, in corrispondenza dei primi rilasci delle misure restrittive.

Il governo britannico ha posto grande attenzione alla pervasività dei suoi messaggi. Un esempio perfetto di questa cura è stato il modo in cui il NHS ha comunicato ai cittadini a rischio che cosa era consigliato loro di fare: a partire dal 22 marzo hanno cominciato a spedire lettere indirizzate a quelle persone che rientravano nei parametri di maggior rischio per età e patologie pregresse, consigliando loro di mettersi in autoisolamento per 12 settimane. L'operazione, rivolta a 1,5 milioni di persone, era supportata da un elenco di fattori di rischio disponibile sul sito governativo e da una linea verde dedicata a rispondere alle persone che avessero domande. In questo modo si è tentato di innescare un lockdown "gentile" e mirato alle persone più a rischio, responsabilizzandole con una lettera personale inviata dal governo.

Un altro esempio di grande pervasività è stato il cambiamento del format delle conferenze stampa di Downing Street a partire dal 27 aprile: da questa data in poi, prima delle domande dei giornalisti è andata in onda una domanda fatta da un cittadino. Le domande venivano mandate a una pagina dedicata sul sito governativo, e un ente terzo selezionava poi due domande che venivano poste alle figure istituzionali che dovevano rispondere senza che queste domande fossero loro rivelate prima.

Nonostante nella pratica molto spesso le risposte sono state piuttosto retoriche o generiche, il fatto di avere un contatto diretto con la cittadinanza ha di certo aiutato a trasmettere un'idea di vicinanza del governo con la popolazione, fondamentale durante un periodo di crisi.

Accuratezza

In generale la comunicazione istituzionale britannica è stata molto attenta all'accuratezza della propria informazione, anche se sono stati fatti alcuni errori che hanno minato la credibilità del governo. Uno dei temi cardine della comunicazione di questa crisi è stato infatti il coinvolgimento razionale del cittadino e la sua responsabilizzazione, e questi obiettivi sono stati veicolati anche alla profonda attenzione all'accuratezza delle informazioni trasmesse durante le dirette. In tal senso è stata perfettamente calzante la scelta di affrontare le conferenze stampa con tre soggetti, di cui sempre almeno uno dal carattere tecnico. In questo modo eventuali domande specifiche potevano ricevere risposte precise e aggiornate, e i tecnici potevano anche interrompere e correggere certe frasi dette dai politici. Un esempio di ciò è avvenuto durante la prima conferenza presa in esame, il 16 marzo, durante la quale Boris Johnson risponde a una domanda dicendo che è importante la collaborazione dei cittadini perché se tutti lavoriamo insieme le restrizioni alle libertà dureranno poco e si tornerà presto alla vita normale. A questo punto Chris Whitty, Chief Medical Officer, lo interrompe e lo corregge: la crisi che si sta affacciando sul Regno Unito non è qualcosa che durerà poco, e usa una frase che poi verrà spesso usata per far passare il messaggio di resistenza da parte dei cittadini: «It's not a sprint, it's a marathon». L'importanza della presenza di un tecnico è evidenziata dal fatto che Johnson non ha ribadito alle parole di Whitty, e anzi ha spesso girato a lui delle domande tecniche dei giornalisti nella stessa intervista.

Questo legame strettissimo con la scienza ha da una parte reso la comunicazione molto attenta e accurata a livello dei dati, dell'interpretazione dei grafici della pandemia e dell'approccio apolitico alla crisi; dall'altra parte però è stata spesso usata come giustificazione a certe scelte di carattere più politico. Quando i giornalisti chiedevano spiegazioni su certe scelte intraprese dal governo, ad esempio non obbligare la popolazione a indossare le mascherine o quanto fosse sicuro riaprire le scuole, la risposta è stata sempre «we are following the science». In tal modo si scarica la responsabilità delle proprie scelte e contemporaneamente si fornisce loro un manto di oggettività che però si scontra col fatto che altre nazioni hanno agito diversamente. Questo approccio scientifico ha portato la comunicazione a non essere semplice e lineare su certi temi. Ad esempio hanno chiarito in più occasioni che i fattori di rischio per l'infezione da SARS-Cov-2 fossero molteplici, e che limitarsi all'età era riduttivo. Anche sull'aspetto dei vaccini e dei test la comunicazione è stata molto precisa, spiegando che per quanto riguarda i vaccini non si conosce né quando, né se arriveranno, e che i tamponi potevano dare falsi positivi e falsi negativi e per questo dovevano essere molto affidabili prima di potere essere utilizzati per testare in massa la popolazione.

Nella maggior parte dei casi l'accuratezza dei messaggi mandati alla popolazione è stata molto buona, comunicando in modo preciso quali fossero i sintomi di cui preoccuparsi ed evitando così che si creasse confusione. In più occasioni non hanno voluto indorare la pillola, comunicando in maniera chiara che a causa dell'inerzia dei contagi, gli effetti delle misure intraprese potranno essere visti soltanto a distanza di settimane. Anche a livello economico non hanno mai promesso miracoli, ma il ministro dell'economia Rishi Sunak ha detto chiaramente, il 26 marzo, che «we will not be able to protect every single job or save every single business».

Nonostante la cura nei confronti dell'accuratezza dell'informazione, è stato necessario modificare il messaggio istituzionale dopo una settimana dall'inizio della comunicazione, provocando un certo caos informativo. In un primo momento, infatti, il governo britannico non si è mosso in modo coercitivo per obbligare i cittadini a seguire le norme di distanziamento sociale, ma ha scelto un approccio più morbido, in cui durante le conferenze stampa venivano dati consigli da seguire. Si è fatto appello alla responsabilità individuale e al senso di comunità, facendo leva sul carattere collettivo di questa crisi e sul fatto che fosse necessario il lavoro di ognuno per ottenere un successo collettivo.

Il carattere collaborativo della comunicazione istituzionale è evidenziato dal linguaggio utilizzato: durante la prima settimana la parola "should" è stata pronunciata 82 volte, mentre nelle settimane successive in media 53 volte; mentre "must" è passato da 18 utilizzi settimanali a 26. In un primo momento mancava anche uno slogan chiaro per la popolazione: è stato inserito solo dal 21 marzo, nella forma «STAY HOME / PROTECT THE NHS / SAVE LIVES». Nonostante questi consigli siano stati seguiti da una buona parte di popolazione, questa dinamica ha portato a una certa confusione informativa, con i giornalisti stessi che facevano domande sull' "immoralità" di non seguire le norme, e se non fosse meglio utilizzare metodi più coercitivi come in altri stati.

Un altro fattore che ha minato l'accuratezza della comunicazione delle istituzioni britanniche è stato il fatto che il governo si sia mosso in ritardo rispetto agli altri paesi europei. Questo ritardo, spesso ricordato da giornalisti e commentatori, viene giustificato dal governo con una formula semplice: «we took the right measures at the right time». Questo tipo di narrazione però vacilla quando nei grafici pubblicati dallo stesso governo diventa evidente che il Regno Unito sia la nazione col maggior numero di morti di tutta Europa. Per giustificarsi, l'esecutivo ripete più volte che è ancora presto per valutare i morti effettivi in ogni paese, che i dati saranno normalizzati solo alla fine della pandemia e che i sistemi di conteggio sono diversi da Paese a Paese, ma la credibilità e l'accuratezza della comunicazione istituzionale sono state messe in seria difficoltà, in questo caso.

Sempre riguardo ai ritardi nelle misure intraprese, questo si è riflettuto anche in un grave ritardo nell'approvvigionamento di dispositivi di protezione individuale per il personale medico, sia nella mancanza di test durante la fase più acuta della crisi. Le scuse del governo sono state rivolte a cause esterne, come la carenza di materie prime e la mancanza di una catena produttiva di quei materiali in Gran Bretagna, ma non hanno mai ammesso di aver valutato in maniera sbagliata questa crisi in un primo momento.

Nella seconda parte della comunicazione, cominciata con il lockdown il 23 marzo, si è spostata l'attenzione verso i dati e l'effetto che le misure draconiane portavano sul numero di contagi e di morti. Dal 28 marzo hanno adottato un format simile a quello delle conferenze della Protezione Civile in Italia, in cui la conferenza si apriva con i dati circa i nuovi positivi e i decessi. Rendono chiari anche gli obiettivi delle misure imposte, per evitare caos informativo: salvaguardare il sistema sanitario nazionale britannico evitando che il numero di ospedalizzati superi la capacità delle strutture sanitarie. Questo concetto è stato reiterato più volte, ed è stato anche inserito al centro dello slogan: "PROTECT THE NHS".

Chiarezza

La chiarezza è stata un punto di forza della comunicazione istituzionale britannica, che di fatto ha messo al centro del piano comunicativo la semplicità dei messaggi espressi. Sin dall'inizio hanno espresso chiaramente quali fossero gli obiettivi del governo e che cosa si aspettavano dai cittadini, esprimendo in modo diretto e semplice dei concetti complessi. Ad esempio, l'obiettivo comunicato dal governo per le misure imposte è sempre stato evitare di sovraccaricare il sistema sanitario nazionale, non hanno mai detto di volere eradicare il virus, un obiettivo che sarebbe stato difficilmente attuabile senza un vaccino a disposizione.

Hanno ribadito più volte che lo sforzo richiesto ai britannici sarebbe stato uno sforzo prolungato e non uno scatto, richiedendo quindi costanza e attenzione per un lungo periodo di tempo. Questi messaggi sono stati in grado di chiarire certi punti che avrebbero potuto altrimenti confondere la popolazione. Ad esempio, riguardo alle misure di lockdown, il messaggio molto chiaro "stay home" è stato accompagnato da un altrettanto chiaro messaggio di non rinunciare alle attività fisiche e all'esercizio. I parchi sono stati lasciati aperti, a disposizione delle persone che ne avessero avuto bisogno per l'esercizio fisico. Queste concessioni sono sempre state associate a un richiamo alla responsabilità: non si devono creare assembramenti e l'attività svolta deve essere di esercizio fisico, non altro.

A tal proposito, è stato molto chiaro il messaggio comunicato il 20 marzo da Jenney Harris, la vice direttrice sanitaria del governo, nel quale nonostante le misure restrittive si premurava di consigliare vivamente di permettere ai bambini di uscire e giocare, pur mantenendo coscienza della situazione ed evitando il più possibile ai più piccoli di creare situazioni di possibile diffusione del contagio:

It's okay for them to play together, usually in their own home environment: kick a ball around in the garden if they have one... we're not saying don't go outside, but we are saying if you go outside go in a way which reduces your social contact. So clearly for children there is a safety issue here, we don't want to suggest every small child should go off in a solitary walk across the park, that would not be a helpful public health measure, but certainly with appropriate supervision, for example keeping two metres apart or for a bike ride together, or something that, is absolutely fine and in many ways we would encourage that.

Va bene farli giocare insieme, tipicamente nel loro ambiente familiare: giocare a palla in giardino, se ne hanno uno... non stiamo dicendo di non uscire, ma stiamo dicendo: se si esce, fatelo in modo da ridurre il contatto sociale. Chiaramente per i bambini c'è un problema di sicurezza, non stiamo suggerendo che ogni piccolo bambino dovrebbe passeggiare da solo per il parco, non sarebbe d'aiuto come misura sanitaria, ma certamente con una supervisione appropriata, ad esempio mantenendo la distanza di due metri o facendo un giro in bici insieme, o qualcosa del genere, va assolutamente bene e noi lo incoraggiamo in molti modi.

Non hanno temuto di esprimere incertezza: in più occasioni si sono definiti incerti sul futuro, e che ogni misura intrapresa sarà valutata accuratamente nel corso del tempo. Ad esempio, le parole del Ministro dell'Economia Rishi Sunak del 20 marzo riguardo all'impatto economico del covid-19 sono chiare, dirette ed empatiche, nonostante lascino trapelare incertezza verso il futuro:

It's on all of us. We are starting a great national effort to protect jobs, but the truth is we are already seeing job losses and there may be more to come. I cannot promise you that no one will face hardship in the weeks ahead, so we will also act to protect you if the worst happens to strengthen the safety net.

Dipende da noi. Stiamo intraprendendo un grande sforzo nazionale per proteggere il lavoro, ma la verità è che stiamo già vedendo perdite di posti di lavoro, e ne vedremo ancora. Non posso promettervi che nessuno affronterà difficoltà nelle prossime settimane, quindi agiremo rafforzando la rete di sicurezza per proteggervi nel caso succeda il peggio.

A partire dal 21 marzo, per poi essere rafforzato nelle conferenze seguenti, viene diffuso un messaggio chiaro e semplice per la popolazione, che è riassunto nei cartelli visibili sotto al leggio delle figure istituzionali che tengono le conferenze stampa nell'Immagine 5:



Immagine 5: evoluzione del layout del primo messaggio centrale della comunicazione della crisi britannica

Questo messaggio si articola in tre punti:

- STAY HOME: Richiamo diretto a una azione semplice e fondamentale, che chiunque può compiere per collaborare allo sforzo nazionale
- PROTECT THE NHS: Responsabilizzazione del cittadino, a cui viene affidato indirettamente il compito di salvaguardare il sistema sanitario nazionale
- SAVE LIVES: Valore empatico ed eroistico applicato al messaggio; l'azione dei cittadini diventa eroica, caritatevole, misericordiosa.

A partire dal 30 marzo la conferenza stampa è stata accompagnata dalla presentazione di grafici giornalieri sull'evoluzione del contagio e su come le misure imposte stanno avendo un impatto sull'evoluzione della pandemia in Gran Bretagna. Questi grafici sono sempre stati commentati da una figura tecnica che spiegava in maniera chiara la loro interpretazione, dando così la possibilità a qualunque spettatore di avere un'immagine aggiornata e dettagliata sull'andamento della situazione e sugli effetti positivi delle pesanti restrizioni.

In questo come in tutti gli altri casi, è stato sempre evitato il più possibile il linguaggio tecnico e specifico. Si è sempre cercato di comunicare messaggi fortemente legati alla statistica e alla scienza con parole semplici e facilmente comprensibili da chiunque. In tal senso si è distinto il professor Jonathan Van Tam, vice direttore sanitario, che è sempre riuscito tramite metafore azzeccate e un linguaggio molto accessibile a comunicare messaggi complessi come la presenza di falsi positivi e falsi negativi nei tamponi, l'incertezza di vari aspetti del virus, o il processo di sviluppo di un vaccino o di una cura.

Un momento cruciale della comunicazione della crisi è stato nei giorni vicini a Pasqua, quando i messaggi del governo si sono concentrati nel richiedere ai cittadini di non ignorare le misure di contenimento per festeggiare. Questi messaggi sono sempre stati molto chiari, diretti ed empatici, e chi li portava ha sempre usato un tono poco paternalistico e molto comprensivo e coinvolgente. Un esempio è il messaggio mandato da Matt Hancock, Segretario di Stato per la salute, il 3 aprile:

I want to say this: we're set for a warm weekend in some parts of the country, but the disease is still spreading and we absolutely cannot afford to relax the social distancing measures that we have in place. We cannot relax our discipline now, if we do, people will die, so I end with the advice that we all know. This advice is not a request, it is an instruction: stay at home, protect lives and then you will be doing your part.

Voglio dire questo: ci aspettiamo un caldo weekend in alcune parti del Paese, ma la malattia si sta ancora diffondendo e non possiamo assolutamente permetterci di rilassare le misure di distanziamento sociale che abbiamo messo in atto. Non possiamo rilassare la nostra disciplina ora, se lo faremo, delle persone moriranno, quindi termino con il consiglio che tutti conosciamo. Questo consiglio non è una richiesta, è un'istruzione: state a casa, proteggete vite e così starete facendo la vostra parte.

Il 19 aprile viene introdotto un sistema a cinque punti per pensare alla riapertura delle scuole e delle attività. Questi punti sono dei fattori cardine che non devono essere minacciati dalla progressiva riapertura. I punti (chiamati "pillars", pilastri) sono:

1. Non sovrapporre l'NHS
2. Continuare a mantenere la mortalità giornaliera calante
3. Continuare a mantenere l'indice di trasmissione calante
4. Tamponi e mascherine disponibili per tutti
5. Le misure devono essere sicure e non devono rischiare di provocare un secondo picco

Tramite questi 5 punti si informa in modo chiaro la popolazione della razionalità dietro alla cautela nella riapertura delle attività. Questi punti verranno ribaditi più volte proprio per trasmettere un senso di ordine e di pianificazione.

Il 10 maggio viene aggiunta una scala di rischio per la valutazione della pandemia in UK. La scala prevede 5 punti, dove il livello 5 rappresenta un concreto rischio di saturazione delle terapie intensive e il livello 1 è la scomparsa del virus. Questa scala è legata a vari fattori che non vengono spiegati nel dettaglio, tranne uno: l'indice R, ovvero la trasmissibilità del virus. La comunicazione spinge i cittadini a mantenere basso il livello di R per per-

mettere di abbassare il livello di rischio nella scala. A minori livelli di rischio saranno associate varie concessioni rispetto al lockdown: è la prima volta che si parla concretamente di alleggerire le misure restrittive dal 23 marzo. L'attenzione della comunicazione a questo punto è concentrata totalmente sulla cautela: tutte le concessioni che il governo farà alla società saranno monitorate e nel caso ci sia un aumento dei contagi, revocate.

Tutto questo viene spiegato con video semplici e molto chiari, mandati sia in diretta che recuperabili online sui siti governativi.

Con l'introduzione di questa nuova fase della gestione della pandemia, cambia anche lo slogan (Immagine 6):

- STAY ALERT: sostituisce "STAY HOME", non è più richiesto l'isolamento domestico, invece si fa leva sulla attenzione e sulla cautela
- CONTROL THE VIRUS: sostituisce "PROTECT THE NHS", è un altro riferimento alla cautela e allo stare vigili, al non rilassarsi troppo
- SAVE LIVES: rimane invariata la conclusione emotiva ed eroica dello slogan



Immagine 6: secondo slogan sul leggio delle conferenze stampa

Aggiornare lo slogan alle nuove misure ha permesso di continuare a comunicare un messaggio chiaro e coerente con il momento della pandemia.

Una pecca nella chiarezza della comunicazione è stato il fatto che non si siano mai voluti sbilanciare nel fornire orizzonti temporali per la durata delle misure restrittive. Nonostante spesso i giornalisti chiedessero quando il governo si aspettava di poter allentare il lockdown, gli speaker hanno sempre risposto in tono vago, spesso riferendosi al fatto che dovesse essere la scienza a dire quando si sarebbe potuto riaprire, e che riaprire troppo presto avrebbe portato a buttare via il lavoro fatto finora, obbligandoli ad allungare ancora di più il lockdown. In questo modo è mancato un orizzonte temporale chiaro alla cittadinanza.

Diversificazione per target

La comunicazione istituzionale britannica durante la crisi Covid-19 è stata molto attenta alla diversificazione del messaggio e alla cura nei confronti di tutte le categorie civili coinvolte. Questa attenzione è utile per fare sentire coinvolte nel messaggio del governo le diverse parti della popolazione, e anche per esprimere chiaramente certe istruzioni specifiche.

Sono stati rivolti messaggi diretti alle persone più anziane, le più colpite da questa pandemia, assieme alle donne incinte e a quelle già malate, soprattutto durante la prima fase di comunicazione in cui era importante fare percepire la gravità della situazione.

Il 27 aprile è stato risposto a una domanda di una signora anziana che chiedeva se poteva o no vedere i propri nipotini: la risposta è stata che dipende dalla situazione personale, se non è un soggetto a rischio, può farlo, altrimenti deve porre attenzione ed evitare di esporsi.

Non sono stati ignorati neanche i bambini, specialmente quelli facenti parte di famiglie a basso reddito. Nello specifico, particolare attenzione è stata rivolta a informare che, nonostante le scuole fossero state chiuse, le famiglie con bambini che potevano usufruire dei pasti in mensa gratuiti avrebbero potuto attingere a un fondo apposito, per non fare gravare ulteriori spese su nuclei familiari già economicamente deboli.

Oltre a questo, i bambini sono stati spesso soggetto di messaggi diretti da parte delle istituzioni britanniche: è sempre stata posta particolare attenzione alla diversificazione del messaggio "stay home", per evitare che i bambini fossero costretti a non uscire più. Le istituzioni hanno specificato più volte che i bambini possono uscire, sempre supervisionati per mantenere le norme di sicurezza, anzi dovrebbero essere spinti a farlo.

È stata comunque posta attenzione al fatto che i bambini, pur essendo una categoria fondamentalmente fuori pericolo, non dovessero essere lasciati soli coi nonni dove possibile, in quanto potevano essere dei vettori inconsapevoli verso una categoria più a rischio.

Nei confronti dei giovani la comunicazione specifica è stata più limitata, ma comunque presente. Ad esempio, il 20 marzo un giornalista ha fatto osservare a Boris Johnson che nonostante la chiusura dei pub, i giovani avrebbero potuto continuare a trovarsi per fare le feste a casa. La risposta è stata che il governo non poteva vietare ogni forma di socializzazione, ma il Primo Ministro ha voluto fare leva sulla responsabilità dei giovani facendo presente che una persona che si infetta, anche se fuori pericolo, può trasmettere il virus a persone più fragili in famiglia, facendosi potenzialmente veicolo di un grave problema sanitario. Anche in questo caso non è stato usato un tono paternalistico nei confronti dei più giovani, ma invece è stata scelta una linea più legata alla responsabilizzazione del cittadino.

In altre occasioni si è mostrata empatia e comprensione nei confronti dei giovani, come nella conferenza stampa del 19 aprile, durante la quale Gavin Williamson, Ministro dell'Istruzione, ha chiesto addirittura il perdono delle generazioni più giovani:

To any young people watching: I wanted to say to you how sorry I am that you've had your education disrupted in this way. I know how hard it must be, and I'd like to thank you for making the adjustments that you've had to make. I know that you'll be missing your friends, your teachers, your lessons, and I want you to know that you are such an important part of this point too. I cannot thank you enough for all that you are doing.

A tutti i giovani che stanno guardando: vorrei dirvi quanto mi dispiace che abbiate dovuto interrompere la vostra educazione così. So quanto difficile dev'essere, e voglio ringraziarvi per aver fatto gli adattamenti che vi sono stati richiesti. So che vi mancano i vostri amici, i vostri insegnanti, le vostre lezioni, e voglio anche che sappiate quanto siete importanti in questo momento. Non posso ringraziarvi abbastanza per tutto quello che state facendo.

Sono stati rivolti messaggi a molte categorie di lavoratori, dai dipendenti agli operai passando per medici e ricercatori. Un esempio della considerazione e dell'empatia rivolta nei confronti dei lavoratori si può trovare nella conclusione della conferenza stampa del 26 marzo, tenuta dal Ministro dell'Economia Rishi Sunak:

I would conclude by saying this to all of those who are self-employed, who were rightly anxious and worried about the next few months: you haven't been forgotten, we will not leave you behind and we are all in this together.

Voglio concludere dicendo a tutti i lavoratori autonomi, che sono legittimamente ansiosi e preoccupati circa i prossimi mesi: non siete stati dimenticati, non vi lasceremo indietro e siamo dentro a tutto questo insieme.

Grande empatia e considerazione è stata rivolta ai volontari e alle persone che lavorano nell'ambito dell'assistenza ai poveri, che hanno dato un grande contributo alla nazione nella gestione di questa crisi.

Particolare attenzione è stata rivolta alla comunicazione nei confronti del personale medico ospedaliero. Oltre a essere stato spesso usato come baluardo che la popolazione doveva difendere con le azioni di contenimento governative, concetto espresso anche nello slogan: "Protect the NHS".

I medici e gli infermieri sono stati un punto di riferimento importante per la comunicazione politica. Spesso i giornalisti hanno richiesto delucidazioni circa l'assenza di dispositivi di protezione individuale come le mascherine durante la prima fase, e il governo è arrivato fino ad aprire una linea telefonica specifica che permettesse a ogni dipendente ospedaliero di denunciare una mancanza di dispositivi di protezione individuale e di riceverne entro 24 ore.

La sensibilizzazione dell'opinione pubblica nei confronti degli infermieri non è passata solo dalle parole del governo, ma anche direttamente da Ruth May, una capo infermiera del Nightingale Hospital, in prima linea contro la pandemia, invitata per la prima volta il 3 aprile. Ruth May, presentandosi alla conferenza stampa in divisa e così rappresentando tutti gli infermieri britannici, ha ribadito l'importanza di seguire le norme del governo, facendo leva emotiva sui cittadini riportando i nomi di due infermiere decedute il giorno prima causa covid-19.

Più volte il governo ha descritto come fondamentale il benessere psicologico, oltre che quello fisico. Questo ragionamento è stato al centro di molte scelte durante il lockdown, come ad esempio la gradualità delle misure restrittive imposte e il mantenimento dei parchi aperti. La popolazione è stata spronata a non ignorare disagi psicologici, ma di parlarne anche con i professionisti messi a disposizione dall'NHS.

Inoltre, a partire dall'11 aprile hanno diverse volte fatto il punto sull'aumento degli abusi domestici dovuti al lockdown. Il Ministro dell'Interno Priti Patel ha dichiarato che l'intenzione del governo è quella di non allentare la vigilanza durante il lockdown, ma anzi di rafforzarla. Spingono le persone che sono vittime di abusi a denunciare e a chiamare direttamente la polizia, se necessario, tramite una linea telefonica aperta 24 ore al giorno, tutti i giorni.

Nel corso del tempo sono stati mandati messaggi specifici nei confronti dei londinesi, che vivendo in una metropoli sono stati esposti più duramente al virus. In particolare è stato usato il volume del trasporto pubblico e privato a Londra come dato rilevante per valutare gli effetti del lockdown.

Ringraziamenti specifici nei confronti dei musulmani, principalmente concentrati a Londra, sono arrivati da importanti figure del governo. Il ringraziamento ha riguardato l'attenzione che il gruppo religioso ha posto nei confronti delle misure di contenimento nonostante l'avvento del Ramadan, importante periodo religioso. I festeggiamenti in forma privata di tale evento sono stati elogiati dal governo, prendendoli come esempio.

Le minoranze etniche sono state al centro di una polemica sollevata dai giornalisti all'inizio di maggio, quando dalle analisi dei decessi è risultato che la classe più colpita è quella delle persone povere e di colore. Il governo ha preso atto della situazione e ha comunicato che la situazione creatasi era inaccettabile e che avrebbero fatto ulteriori indagini per esaminare la questione.

Promozione di azioni positive

La promozione di azioni positive nei confronti del contenimento del SARS-Cov-2 è stato un principio cardine per tutta la durata della comunicazione istituzionale analizzata. Si può arrivare a dire che tutta la comunicazione governativa del periodo ha avuto come scopo ultimo lo stimolare azioni collettive di contenimento del virus. In un primo momento queste azioni sono state diffuse tramite consigli del governo e avvisi alla popolazione, ma a partire dal 23 marzo almeno le più importanti sono state imposte con il lockdown.

L'importanza centrale della promozione di azioni positive nella comunicazione istituzionale è evidenziata dal fatto che lo slogan utilizzato durante il lockdown iniziò con una indicazione di comportamento: "Stay home / Protect the NHS / Save lives".

Già dal 16 marzo però il governo ha cominciato a dire ai cittadini come comportarsi, facendo leva sulla responsabilizzazione individuale attraverso il messaggio che l'NHS aveva bisogno di tutti i cittadini, che solo grazie ai loro comportamenti responsabili si sarebbe potuto abbassare la curva e salvare il sistema sanitario nazionale.

I messaggi più frequenti in questa prima settimana sono stati: lavorare da casa quando possibile; evitare di fare lunghi viaggi; evitare di frequentare bar, pub e altri luoghi di ritrovo sociale; lavarsi spesso le mani; contattare l'NHS solo in caso di effetti insorgere dei sintomi quali tosse persistente e febbre oltre 37,5°.

Queste misure, ancora sotto forma di consiglio governativo e non di imposizione, dovevano essere seguite dal cittadino per proteggere sé stesso, i propri cari e la comunità.

Sull'argomento mascherine il governo ha tardato a esprimersi positivamente, anzi ricordando più volte che un utilizzo incongruo può essere inutile e addirittura dannoso. Nonostante questo hanno sempre cercato di veicolare il messaggio di utilizzarle nei luoghi ad altro rischio come gli ospedali, e hanno cercato di sopperire alla carenza di dispositivi di protezione individuale negli ospedali in vari modi.

Hanno sempre dichiarato che la loro decisione di non rendere le mascherine obbligatorie e nemmeno di consigliare l'utilizzo nella vita quotidiana fosse legata alle posizioni prese dall'OMS nei confronti di questi dispositivi, e si sono sempre dichiarati pronti a cambiare la propria posizione nel caso la scienza ne avesse dimostrato l'efficacia nel contenere la pandemia.

La comunicazione di quali azioni intraprendere durante questa fase non si è limitata alle sole azioni di contenimento, ma anche a quali azioni non fossero da abbandonare. Su tutte, l'esercizio fisico e il benessere psicologico dei bambini sono stati un punto centrale della comunicazione, anche tramite la descrizione precisa delle azioni da compiere. Il 20 marzo, ad esempio, hanno spiegato nel dettaglio cosa i bambini potessero fare per potere uscire e divertirsi, interpretando in modo razionale i consigli del governo: i bambini possono giocare e sfogarsi, anzi sono incoraggiati a farlo, ma bisogna cercare di farlo mantenendo il distanziamento sociale e le norme per la prevenzione della diffusione del virus.

In generale è stato promosso l'esercizio fisico nei parchi, per scaricare la tensione del lockdown. Il messaggio trasmesso è stato composito e non si è limitato a "potete andare nei parchi", ma si è legato a una narrazione più complessa di cautela. Ad esempio, all'annuncio del lockdown il 23 marzo è stato chiarito che i parchi saranno rimasti aperti, ma che i raduni di persone saranno stati dispersi dalla polizia.

Durante il periodo pasquale, accompagnato dalle prime giornate primaverili, la comunicazione delle azioni da evitare si è intensificata, per evitare che i cittadini rilassassero la propria attenzione e facessero impennare di nuovo la curva dei contagi. Questi messaggi di azioni contenitive sono sempre stati accompagnati da una responsabilizzazione nei confronti della popolazione, richiamata a tenere duro per non vedere sfumare il lavoro fatto fino a quel momento e per proteggere il sistema sanitario nazionale.

Uno dei messaggi proattivi che più è stato ripetuto dalla seconda metà di aprile in poi è stata la raccomandazione a contattare l’NHS nel caso si avesse una urgenza sanitaria, anche se non inerente al Covid-19. Questo messaggio nasce dall’analisi fatta sui ricoveri ospedalieri fatti da marzo 2020, che riporta un drastico calo dei ricoveri per infarto, ictus e altre emergenze. Il motivo è stato individuato nella paura di sovraccaricare il sistema sanitario nazionale, timore alimentato anche dalla comunicazione governativa. Le istituzioni hanno quindi cominciato a comunicare frequentemente che i cittadini che ne hanno necessità possono, anzi devono chiamare l’NHS, che le misure di contenimento hanno permesso al sistema sanitario nazionale di non collassare e che gli ospedali sono perfettamente in grado di trattare i pazienti ordinari nonostante la pandemia.

In generale è stata posta attenzione anche a stimolare le azioni positive dei cittadini nei confronti della loro stessa sicurezza: oltre al fatto di non ignorare le emergenze sanitarie, è stato raccomandato loro di denunciare casi di abusi familiari tramite una linea telefonica apposita ed è stato detto loro di fare attenzione ai truffatori che si approfittavano del momento, descrivendo anche come fare per difendersi da possibili truffe.

Quando è stata implementata un’app di tracciamento non hanno solo comunicato l’importanza di scaricarla, ringraziando anche i giornalisti che l’avevano scaricata per esaminarla, ma anche che l’utilizzo dell’app non sostituiva le misure di distanziamento sociale. L’attenzione dei cittadini doveva essere mantenuta alta, visto che con l’app hanno cominciato ad allentare un po’ le restrizioni.

A maggio, con il graduale allentamento del lockdown, è cambiata anche la comunicazione proattiva. Si è passati a descrivere quali comportamenti tenere per controllare la diffusione del virus senza obbligare le persone a stare in casa: isolare e proteggere le persone più anziane, aiutandole in quei compiti che richiedono un contatto con l’esterno come fare la spesa o andare in farmacia; scaricare l’app per il tracciamento; utilizzare biciclette e mezzi di trasporto personali piuttosto che utilizzare il trasporto pubblico; mantenere una distanza interpersonale di 2 metri; stare a casa il più possibile; eccetera

Riguardo al tracciamento dicono chiaramente che chi dovesse avere sintomi non deve autoisolarsi preventivamente con un’iniziativa personale, ma di comunicarlo tempestivamente alle organizzazioni preposte per poter permettere alle persone che sono entrate in contatto col positivo di venirlo a sapere.

La comunicazione proattiva del governo ha subito un duro colpo il 24 maggio, quando Boris Johnson ha dovuto giustificare l’azione di un membro del suo esecutivo, Dominic Cummings, che durante il lockdown non aveva rispettato le regole di isolamento e quarantena perché preoccupato per la salute dei propri cari, trasferendosi in un’altra parte dell’Inghilterra. Johnson ha difeso Cummings, dicendo che ha agito comprensibilmente da padre di famiglia, e che comunque non aveva fatto nulla di illegale, ma un’azione del genere mina alla base la fiducia tra cittadini e governo, rischiando di rendere inutili successive indicazioni del governo circa misure proattive da intraprendere a livello collettivo o personale.

Empatia

Anche l'empatia è un aspetto comunicativo che non è stato ignorato. Spesso le istituzioni britanniche si sono premurate di utilizzare un linguaggio fortemente empatico e coinvolgente, anche se i messaggi di tale natura sono spesso stati separati rispetto ai discorsi più tecnici, restituendo una sensazione di “discorso preparato” e quindi di freddezza.

In generale, la comunicazione istituzionale britannica durante la crisi sanitaria ha fatto dell'empatia una delle colonne sulle quali sorreggersi. L'atteggiamento del governo infatti non è stato paternalista, non ha imposto misure dall'alto semplificando un messaggio complesso e chiedendo fiducia a priori. Invece si è scelto un approccio più rivolto alla responsabilizzazione della cittadinanza, alla collaborazione tra istituzioni e individui basata sull'obiettivo comune di proteggere il sistema sanitario nazionale e le vite delle persone. Questi concetti vengono espressi chiaramente nello slogan utilizzato durante la fase di lockdown: «Stay home / Protect the NHS / Save lives», dove i termini “protect” e “save” hanno una forte connotazione empatica e di responsabilità.

La popolazione viene investita di fiducia dal governo, che chiede in cambio collaborazione. In un primo momento addirittura il governo non vara vere e proprie misure restrittive, confidando che i consigli e gli avvisi che comunica saranno sufficienti a contenere la pandemia. Quando diviene chiaro che la situazione è troppo grave, nonostante le misure coercitive approvate per rallentare la diffusione del virus, le istituzioni rimangono molto empatiche e vicine alla cittadinanza, continuando a chiedere collaborazione ed esprimendo cordoglio per le vittime e comprensione per chi sta subendo la crisi economica.

Nella prima settimana, durante la quale la popolazione è stata spinta a seguire i consigli delle istituzioni per contenere il virus, c'è un forte richiamo all'irresponsabilità di chi dovesse ignorare le norme suggerite dal governo. Si cerca contemporaneamente di ringraziare ed eroificare chi collabora volontariamente alla lotta alla pandemia e di richiamare in modo fermo ma mai offensivo chi invece non lo fa.

Il governo ha sempre voluto comunicarsi vicino all'ascoltatore, sia emotivamente che fisicamente, utilizzando diverse volte le formule “you're not alone” (9 volte), “putting our arms around [you]” (6 volte) e “you have not been forgotten” (10 volte). Questa attenzione alla vicinanza è stata mantenuta anche nelle misure di informazione della popolazione; ad esempio il 22 marzo Robert Jenrick, Housing and Community Secretary, comunica che le persone a rischio potrebbero essere contattate direttamente dal governo con una mail, per avvertirle del pericolo che corrono e per invitarle a autoisolarsi. Jenrick aggiunge che sa che queste mail sono generate automaticamente e che questo può risultare alienante, per questo rassicura che il sito governativo è attivo ed è pronto a rispondere a qualsiasi richiesta di assistenza umana che sarà rivolta loro.

Il 23 marzo Boris Johnson annuncia l'entrata in vigore del lockdown, e lo fa con una forte carica emotiva, di dolore e di speranza nella voce:

Each and every one of us is now obliged to join together to halt the spread of this disease, to protect our NHS and to save many, many thousands of lives. I know that, as they have done in the past so many times, the people of this country will rise to this challenge, and we will come through it stronger than ever. We will beat the coronavirus and we will beat it together and therefore, I urge you at this moment of national emergency to stay at home.

Tutti noi siamo ora obbligati a unirci per arrestare la diffusione di questa malattia, per proteggere l'NHS e per salvare molte, molte migliaia di vite. So che, così come hanno fatto più volte in passato, le persone di questo paese risponderanno a questa sfida, e ne usciremo più forti che mai. Batteremo il coronavirus e lo batteremo insieme e quindi, in questo momento di emergenza nazionale, vi esorto a restare a casa.

Da quando la conferenza viene aperta dalla lettura del bollettino sui nuovi casi di covid-19

e le morti quotidiane, le istituzioni non dimenticano mai di esprimere una formula di cordoglio per accompagnare il numero di decessi, in special modo quando si parla di decessi di infermieri e medici in servizio. Questo porta il governo ad apparire meno freddo e distante rispetto alle tragedie umane che si stanno consumando.

Ad esempio, il 19 aprile Gavin Williamson, Ministro dell'Istruzione, dopo aver letto il numero di decessi giornaliero aggiunge:

We mustn't forget that behind every single statistic there's a heartbreaking story. My sincere condolences go out to everyone who has lost someone that they love. These are challenging times for all of us and each of us has a role to play in fighting this virus.

Non dobbiamo dimenticarci che dietro ogni singola statistica c'è una storia straziante. Le mie sincere condoglianze vanno a chiunque abbia perso qualcuno di amato. Questi sono tempi difficili per tutti noi e ognuno di noi ha un ruolo nella lotta a questo virus.

Spesso le figure istituzionali si sono mostrate vicine ai problemi sociali che le restrizioni hanno portato, dicendo di comprendere la difficoltà e lo sforzo richiesto ai cittadini nel seguirle. I messaggi empatici inoltre non sono sempre genericamente rivolti alla popolazione, ma a volte vengono diretti a una specifica categoria. Viene mostrata empatia e comprensione nei confronti dei lavoratori, degli immigrati, dei credenti di diverse religioni, degli studenti, dei medici e degli infermieri, delle vittime di abusi domestici, delle persone che hanno difficoltà psicologiche, ecc.

Una nota negativa nella comunicazione empatica delle istituzioni britanniche è rivolta alla mancanza di una chiara delineazione temporale delle misure e delle restrizioni. Il governo non ha mai voluto sbilanciarsi in previsioni sul futuro, né ha mai voluto definire un orizzonte temporale per il rilassamento delle restrizioni. Questo ha di certo salvaguardato la credibilità del governo, che non ha dovuto rimangiarsi eventuali promesse di riaperture, ma ha provocato una certa ansia e sconforto nella popolazione britannica, che si è riflettuta nelle frequenti domande che i giornalisti ponevano circa il possibile rilassamento delle misure.

La cornice narrativa che è stata usata per comunicare la crisi sanitaria non evoca molto spesso i concetti di guerra e battaglia, ma si rifanno piuttosto a una visione epocale dell'evento, che viene spesso definito come fenomeno straordinario e che quindi richiede misure straordinarie, mai viste prima d'ora. Pur rimanendo chiari nel concetto che il governo sta combattendo contro il coronavirus (la parola "fight" è stata ripetuta 100 volte), i concetti vicini alla guerra sono nominati raramente: "battle" 24 volte, "enemy" 12 volte, "war" 5 volte, "call to arms" 3 volte. Unica eccezione, l'utilizzo del termine "frontline", spesso usato per indicare lo sforzo e il sacrificio dei medici e degli infermieri durante la pandemia: questo termine è stato usato ben 179 volte.

I termini riferiti ad azioni straordinarie e storiche sono invece molto più presenti nella comunicazione istituzionale britannica: "Incredibly" è ripetuto 127 volte, "Extraordinary" 51 volte, "History" e "Historical" 33 volte, "First time" 21 volte.

La volontà di non utilizzare un gergo militare è espressa in modo chiaro nella comunicazione di Boris Johnson del 10 maggio, durante la quale annuncia il rilassamento delle misure di lockdown. Per comunicare il fatto di non abbassare la guardia, che il pericolo non è ancora lontano e che la cautela deve essere massima, non utilizza alcuna metafora bellica riguardante nemici, ritirate o battaglie vinte. Invece sceglie di utilizzare una metafora naturale, ovvero paragona la situazione attuale a uno scalatore che ha superato la vetta di una montagna e che ora deve scendere, ricordando che è proprio la discesa il momento più pericoloso della scalata di un monte, e che quindi richiede particolare attenzione e prudenza.

6. Confronto

In questo capitolo confronterò la comunicazione istituzionale di Italia e Regno Unito durante la prima fase della crisi covid-19.

In generale si può affermare che la comunicazione istituzionale nelle due nazioni sia stata paragonabile. Di seguito vengono riportate delle infografiche che mettono in relazione le parole più utilizzate nelle conferenze del Presidente Conte (Immagine 7), della Protezione Civile (Immagine 8) e di Downing Street (Immagine 9). Si può osservare come molti termini siano ripetuti nei vari schemi, evidenziando una generale uniformità del linguaggio.

Ad esempio, è interessante notare come nella comunicazione di Regno Unito e Protezione Civile la parola più utilizzata sia stata la stessa, “persone”, rimarcando la centralità del messaggio rivolto alla popolazione. È interessante notare però il diverso utilizzo delle parole nella comunicazione di Conte rispetto alla Protezione Civile: avendo assunto ruoli diversi, anche le parole utilizzate sono state differenti e sono state usate in proporzione diversa. La parola più utilizzata da Conte infatti è stata “misure”, evidenziando il suo ruolo di tramite per la comunicazione delle azioni governative. Il motivo per cui la parola “persone” è più rara nei discorsi del Presidente del Consiglio può essere anche legata al fatto che spesso Conte ha utilizzato la seconda persona plurale (si può notare tra le parole più usate l'utilizzo di diversi verbi declinati come “siamo”, “dobbiamo” e “possiamo”) per comunicare empatia e partecipazione personale, invece che usare un termine più generale e collettivo.

Si può notare l'impegno più legato alle questioni tecniche e alla promozione di azioni positive nella popolazione della Protezione Civile dalle parole più utilizzate: “dati”, “regioni”, “mascherine”, “pazienti”, “terapia”, sono tutte parole utilizzate spesso nelle loro conferenze.

La comunicazione nel Regno Unito è stata più omogenea, soprattutto a seguito del fatto che nella stessa conferenza erano presenti sia ospiti tecnici che politici, bilanciando così la comunicazione empatica con quella più tecnica. Nelle parole più utilizzate infatti troviamo sia parole legate alla sfera tecnica, come “number”, “measures” e “testing”; ma anche parole legate alla sfera più comunicativa in senso lato, come “think”, “thank”, “right” e “care”.

Nelle pagine seguenti è presente l'analisi e il confronto della comunicazione istituzionale di Italia e Regno Unito, eseguite utilizzando le osservazioni fatte nei capitoli precedenti riguardo ai principi presi in considerazione e descritti nel Capitolo 3.

Tempismo

Il tempismo della comunicazione istituzionale è stato buono sia per quanto riguarda l'Italia che per quanto riguarda il Regno Unito. In entrambi i casi si sono tenute conferenze stampa giornaliere per aggiornare giornalisti e cittadini dell'evolversi della situazione, ed entrambe le comunicazioni sono cominciate in tempo con l'insorgere della pandemia sui territori nazionali.

La comunicazione del Presidente del Consiglio Conte ha dovuto rendere conto di alcuni errori di comunicazione fatti dall'esecutivo, come la diffusione di una bozza di un decreto che provocò agitazione nella popolazione, però in generale è stata tempestiva nell'annunciare misure che sarebbero state implementate di lì a poco.

Il contrasto diretto alle notizie false è stato assente nella comunicazione di Conte, ma presente in quella della Protezione Civile e in quella del Regno Unito. In generale comunque non si è mai lasciato spazio per interpretazioni della situazione che si allontanassero molto dall'opinione scientifica del momento.

Per concludere, si può ritenere sufficiente il tempismo di entrambe le comunicazioni istituzionali, ma con una leggera prevalenza di quella italiana. Il motivo è che seppur in entrambi i casi si sia avuta una buona comunicazione quotidiana della crisi, la comunicazione britannica è stata più concentrata sul diffondere gli sforzi del governo e le azioni richieste alla popolazione, piuttosto che il commento ed eventualmente la smentita di fatti di cronaca avvenuti il giorno prima. Questo ha portato la comunicazione istituzionale britannica a essere leggermente meno tempestiva e immediata sugli eventi quotidiani rispetto a quella italiana.

Pervasività

La pervasività è stata ottima per entrambe le comunicazioni istituzionali, diffuse a mezzo stampa, sulle reti televisive nazionali e sui principali social network.

In Italia gli eventi trasmessi in diretta erano di due tipi: le conferenze del Presidente Conte, più legate all'azione del governo e alla gestione emotiva della crisi; e le conferenze della protezione civile, più tecniche e legate ai dati. Il Regno Unito ha invece optato per una comunicazione più corale, in cui tecnici e politici parlavano insieme in conferenze stampa tenute da tre individui che cambiavano di giorno in giorno.

Questa scelta ha portato l'Italia ad avere prodotto più video di comunicazione istituzionale (97 video, di cui 37 di Conte e 60 della protezione civile) rispetto al Regno Unito (74 video), non aumentando però il suo grado di pervasività. Infatti le visualizzazioni totali di YouTube totali per l'Italia sono intorno a 13 milioni, mentre per il Regno Unito sono poco più di 13 milioni e mezzo. Questo può essere dovuto a una sovrapposizione del pubblico, che difficilmente seguiva sia le conferenze stampa del Presidente del Consiglio che quelle della Protezione Civile, e quando queste si sovrapponevano sceglieva quale guardare a discapito dell'altra.

Si può quindi definire la pervasività della comunicazione istituzionale britannica superiore a quella italiana, seppur entrambe abbiano fatto un lavoro soddisfacente in tal senso. Il giudizio, oltre che sulla maggior media di visualizzazioni per conferenza, si basa anche su iniziative di pervasività della comunicazione attuate dal governo britannico e invece ignorate da quello italiano.

Infatti bisogna tenere conto che il governo britannico ha agito anche in modi paralleli più diretti per contattare la popolazione, oltre che all'utilizzo dei mezzi di comunicazione tradizionali. Ad esempio, l'utilizzo di lettere personali spedite dal governo britannico alle persone che risultavano essere quelle più a rischio, con l'invito ad isolarsi per proteggere se stessi e gli altri.

Accuratezza

Questo principio è stato tenuto molto in considerazione dalla comunicazione istituzionale britannica. La presenza alle conferenze stampa di tecnici ha permesso di avere sempre una fonte autorevole per le domande più legate ai dati dei giornalisti, mentre la presenza di politici del governo è stata fondamentale per rispondere alle questioni più politiche.

In Italia questa accuratezza è stata minata alla base dal fatto che il Presidente del Consiglio abbia fatto conferenze stampa personali, senza la presenza di tecnici. Questo ha provocato una mancanza di accuratezza su certi temi, e l'assenza di qualcuno che potesse rispondere con competenza alle domande più tecniche dei giornalisti ha portato alla luce l'impreparazione di Conte sui temi più legati alla scienza. Lui stesso non è riuscito a gestire sempre questa situazione stressata, assumendo in più occasioni degli atteggiamenti passivo-aggressivi nei confronti dei giornalisti.

Di contro, le conferenze stampa tenute dalla Protezione Civile sono state in generale più accurate e legate alla scienza. La presenza di una figura tecnica ospite a ogni conferenza ha permesso di rispondere alle domande dei giornalisti, ma l'assenza di una figura politica ha causato qualche incomprensione e differenza nella comunicazione tra Protezione Civile e governo. Emblematico è stato l'utilizzo della formula "deceduti con coronavirus, non per coronavirus", atta a rassicurare i cittadini sulla effettiva pericolosità del contagio. Questa formula è stata in diretto contrasto con la narrazione che veniva fatta dal Presidente Conte e dai giornali, che tendevano invece a evidenziare la straordinarietà del momento e il rischio che si stava correndo.

In generale la Protezione Civile ha avuto una comunicazione molto legata ai dati e ai pareri scientifici, quindi molto accurata, ma che vista la distanza anche fisica dagli organi di governo ha causato in varie occasioni caos informativo.

Le istituzioni britanniche hanno messo sempre in primo piano l'accuratezza dell'informazione, in quanto gran parte della comunicazione della crisi è stata rivolta alla responsabilizzazione del cittadino. L'utilizzo di grafici aggiornati quotidianamente e spiegati da figure tecniche è stato di sicuro un fattore chiave nella descrizione accurata della situazione. Più volte le decisioni del governo sono state definite come legate al parere scientifico, e quindi scelte obbligate. Questo è stato usato anche come scudo politico per certe scelte o per il ritardo di certe azioni, respingendo eventuali colpe o giudizi con dichiarazioni di uniformità rispetto alla comunità scientifica.

È stato scelto comunque un modo più complesso e dettagliato per comunicare questa crisi rispetto alle istituzioni italiane, che si sono poste in generale in modo più paternalistico nei confronti del cittadino.

È possibile dire che l'accuratezza della comunicazione della crisi sia stata appena sufficiente per l'Italia, che si è preoccupata solo in parte di mostrare dati precisi e di spiegare certe scelte intraprese, mentre ha causato caos informativo su certi temi che sono stati trattati indipendentemente dal Presidente del Consiglio e dalla Protezione Civile.

Il Regno Unito invece ha avuto una comunicazione della crisi molto attenta agli aspetti più tecnici dell'emergenza, utilizzando e spiegando dati, grafici e scelte politiche sempre legandosi al mondo scientifico. Nonostante il messaggio politico si sia evoluto nel corso del tempo, visto che in un primo momento si pensava sarebbe stato sufficiente dare avvisi alla popolazione invece che usare metodi più coercitivi, il legame con la scienza è sempre stato forte e ben visibile, così come l'accuratezza delle informazioni comunicate.

Chiarezza

La chiarezza della comunicazione della crisi in Italia è stata per lo più insufficiente. Per quanto riguarda le conferenze del Presidente del Consiglio, più volte Conte ha dovuto correggersi, spiegare più precisamente disposizioni che lui stesso aveva emanato qualche giorno prima. Le sue posizioni sulla gravità della malattia sono cambiate, passando da un tono rassicurante a uno molto più preoccupato e preoccupante. Ha dovuto spiegare e rettificare certe dichiarazioni emesse da enti governativi, mostrando che le istituzioni non erano molto compatte ma che anzi sembravano poco organizzate nella comunicazione.

La Protezione Civile ha avuto una comunicazione della crisi chiara nei contenuti ma poco chiara nel linguaggio. Le conferenze, spesso presiedute da tecnici e non da comunicatori, erano sempre condotte con un linguaggio molto rigoroso e preciso, che non veniva incontro ai giornalisti che richiedevano un linguaggio più popolare. L'incapacità di esprimere concetti tecnici con parole semplici è stata evidenziata il 17 marzo, quando Brusaferrò non è stato in grado di rispondere in modo chiaro e diretto a una domanda di un giornalista, nonostante questo gli abbia direttamente chiesto di esprimersi "nel modo meno scientifico possibile".

Anche la comunicazione sull'utilizzo delle mascherine è stata contraddittoria e poco chiara, le posizioni della Protezione Civile erano distanti rispetto a quello di altre fonti governative che invece spingevano affinché i cittadini portassero le mascherine sempre o quasi. Anche sull'interpretazione di certi DPCM c'è stata poca chiarezza, soprattutto perché l'assenza di una figura politica alle conferenze stampa rendeva difficile rispondere nel merito delle domande dei giornalisti.

Per quanto riguarda la comunicazione del Regno Unito invece la chiarezza è stato uno dei punti di forza su cui ha fatto leva il governo britannico per veicolare i propri messaggi. Infatti utilizzando un approccio che puntava alla responsabilizzazione dei cittadini, la chiarezza dei messaggi comunicati era assolutamente essenziale perché questi potessero essere compresi dalla maggior parte della popolazione. Vari esempi della chiarezza dei messaggi espressi dalle istituzioni britanniche sono stati riportati nel capitolo Comunicazione Istituzionale del Regno Unito.

Hanno sempre cercato di veicolare messaggi semplici e chiari, descrivendone la complessità nell'applicazione se richiesto dai giornalisti. In questo è stata fondamentale la presenza di figure tecniche e politiche durante le conferenze stampa, così da poter fornire un quadro completo della situazione. L'utilizzo di slogan semplici e diretti, ripetuti più e più volte durante le conferenze stampa, ha permesso all'istituzione di veicolare un messaggio molto chiaro e semplice da ricordare.

Le figure tecniche britanniche interpellate si sono sempre preoccupate di spiegare i dettagli della crisi con un linguaggio semplice e chiaro per chiunque. In particolare si è distinto il professor Jonathan Van Tam, che tramite metafore e parallelismi è sempre riuscito a dare una informazione chiara e semplice circa aspetti molto tecnici dell'emergenza.

Non è stata respinta la percezione di incertezza da parte del governo, ma anzi è stata abbracciata: le istituzioni del Regno Unito non hanno mai temuto di descriversi come caute e incerte circa il futuro, rafforzando l'idea di una comunicazione chiara e sincera. Questa incertezza ha però portato anche a non esprimere orizzonti temporali, che ha provocato nella popolazione una certa ansia nei confronti della durata del lockdown, espressa dai giornalisti che giornalmente chiedevano aggiornamenti circa una possibile data di riapertura delle attività, sentendosi però rispondere sempre che non si poteva dire con precisione quando si sarebbero potuto allentare le misure restrittive senza rischiare una seconda ondata di infezioni.

In un secondo momento sono stati introdotti punti chiari che dovevano essere rispettati per poter pensare a una riapertura, e a un livello di rischio nazionale che sarebbe potuto variare nel tempo e che avrebbe decretato quali misure restrittive sarebbero potute essere abbandonate. Tutto questo ha portato la comunicazione delle istituzioni britanniche a essere sempre molto chiara nei confronti dei cittadini, esprimendosi in molte occasioni anche per fugare eventuali dubbi o incomprensioni del popolo.

Per concludere, si può ritenere la chiarezza della comunicazione della crisi britannica di gran lunga migliore rispetto a quella italiana. Sia il format delle conferenze stampa, sia il linguaggio utilizzato, ma anche la competenza comunicativa dei soggetti interpellati hanno portato il Regno Unito a esprimere più chiaramente i concetti che volevano essere veicolati, esprimendo anche una pianificazione più attenta e dettagliata del piano comunicativo.

Diversificazione per target

La diversificazione della comunicazione della crisi nei vari gruppi sociali è stata molto carente nella comunicazione di Conte. Nei fatti il Presidente del Consiglio è stato molto escludente, rivolgendo parole di comprensione ed empatia solo a certi gruppi sociali, tipicamente le famiglie e le persone più anziane, i credenti cattolici e i medici; dimenticandosi delle altre fette di popolazione e anzi attaccando più volte, in modo diretto e indiretto, la categoria dei cittadini più giovani. Oltre all'assenza di empatia è mancato nei confronti di questi pezzi di popolazione anche una comunicazione chiara degli atteggiamenti che avrebbero dovuto tenere nei loro contesti sociali. Anche la scuola, l'università e la ricerca sono state tralasciate dai discorsi di Conte, contribuendo a non diffondere informazioni chiare e diversificate per vari gruppi sociali.

Nel caso della comunicazione della Protezione Civile, la diversificazione dei messaggi è migliore di quella del Presidente del Consiglio, ma ancora lontana da una situazione ideale. Varie categorie della cittadinanza, come i bambini, le famiglie o i medici, vengono citati più volte e viene diretta loro qualche parola nello specifico, ma manca la comunicazione di situazioni specifiche, di come affrontare i problemi tipici di queste categorie e di quali strategie utilizzare nello specifico per affrontare questa crisi.

Invece la comunicazione istituzionale del Regno Unito durante la crisi è stata molto attenta alla diversificazione dei messaggi rivolti alla popolazione, rimanendo coerenti con l'idea di responsabilizzare i cittadini rispetto a imporre misure verticalmente. Visto l'alternarsi di molte figure politiche diverse durante le conferenze, è stato possibile esprimere messaggi specifici a molte categorie sociali, sia dal punto di vista empatico che dal punto di vista di promozione di azioni specifiche per il gruppo. La comunicazione diversificata dei politici è sempre stata accompagnata dalla presenza di personale tecnico che potesse spiegare con precisione l'applicazione di certe norme o divieti all'interno di gruppi particolari, come i bambini, gli anziani, le vittime di abusi domestici o le persone con problemi di natura psicologica.

Questa attenzione ha portato questi gruppi a sentirsi rappresentati e tenuti in considerazione dal governo, perseguendo al politica di responsabilizzazione del cittadino che ha caratterizzato tutta la comunicazione della crisi nel Regno Unito.

Per queste ragioni si può dire che la diversificazione della comunicazione della crisi sia stata più accentuata del Regno Unito, contribuendo a diffondere i messaggi specifici per i vari gruppi sociali più efficacemente. Le istituzioni italiane in questo sono state carenti, uniformando i messaggi e tendendo ad avere una comunicazione più piatta, arrivando anche ad attaccare direttamente certi gruppi sociali, come ha fatto il Presidente del Consiglio con la popolazione più giovane.

Promozione di azioni positive

La promozione delle azioni positive del Presidente del Consiglio italiano è stata limitata a pochi consigli per lo più generici. L'unico comportamento evidenziato da Conte è stato l'isolamento sociale, evitando di suggerire altre azioni più specifiche.

La Protezione Civile invece è stata più attenta alla proattività dei cittadini, spiegando in modo concreto e chiaro l'utilizzo delle mascherine, il ruolo degli asintomatici, il riconoscimento dei sintomi, il distanziamento sociale e altre misure che hanno avuto lo scopo di spingere i cittadini ad assumere comportamenti tali per cui la diffusione del virus fosse rallentata.

Il Regno Unito ha fatto della promozione di azioni positive nella popolazione un vero e proprio principio cardine della propria comunicazione. A partire dallo slogan utilizzato, "Stay home / Protect the NHS / Save lives", quasi ogni comunicazione istituzionale portava con sé un consiglio su come agire nei confronti dell'emergenza. I messaggi sono andati dal corretto utilizzo delle mascherine, al riconoscimento dei sintomi; da come agire in caso di positività a cosa fare in caso si fosse vittima di abusi domestici; da come gestire una crisi psicologica dovuta al lockdown a come comportarsi nei parchi pubblici; eccetera.

Questa attenzione è stata mantenuta durante tutto il periodo preso in esame, con una sola grave eccezione: verso la fine della fase di lockdown, il 24 maggio, è stato scoperto che un membro del governo si è spostato per stare con la propria famiglia durante la fase più acuta del contagio, non rispettando i consigli delle istituzioni che rappresenta. Il Primo Ministro Boris Johnson lo ha però protetto e scusato, probabilmente per motivi politici, contraddicendo così i continui messaggi che il governo stesso ha mandato circa la responsabilità civile dell'isolamento.

Al netto di questo importante errore comunicativo commesso alla fine del periodo esaminato, l'attenzione del Regno Unito nel promuovere azioni positive nella popolazione è stata encomiabile. La Protezione Civile in Italia ha fatto un discreto lavoro in tal senso, ma non con la stessa forza o la stessa costanza. Per questo motivo si può definire migliore la promozione di azioni positive del Regno Unito, seppur entrambe le nazioni abbiano avuto una sufficiente attenzione nei confronti di questo principio della comunicazione della crisi.

Empatia

L'empatia è sempre stata molto presente nelle conferenze stampa del Presidente del Consiglio Conte. Le sue parole sono state spesso rivolte con calore alla popolazione, con un tono coinvolgente e comprensivo. In generale Conte non ha temuto di mostrare le proprie emozioni, sia quelle positive che quelle negative. Ha dichiarato di assumersi la responsabilità politica delle scelte che stava compiendo e ha mostrato cordoglio e preoccupazione per la situazione che ha colpito l'Italia. La sua comunicazione è stata più volte patriottica e paternalistica, facendo assumere al Presidente del Consiglio la figura del padre benevolo ma severo che sta agendo per proteggere i propri figli.

La Protezione Civile invece non ha interpretato il ruolo di una figura empatica, e nella sua comunicazione si percepisce una grave mancanza in tal senso. La scelta di utilizzare un linguaggio tecnico e distaccato si traduce in una sensazione di totale mancanza di partecipazione emotiva alla crisi. In più occasioni hanno fatto dichiarazioni che avrebbero potuto ferire emotivamente una parte della popolazione, senza accorgersi di rischiare di allontanare parte del pubblico in modo irrimediabile.

Le istituzioni del Regno Unito hanno tenuto in forte considerazione l'impatto empatico della loro comunicazione. Nonostante l'utilizzo di formule di cordoglio ed empatia ripetute nelle varie conferenze, restituendo quindi un'idea di "preparazione" che male si sposa con il concetto di messaggio empatico, l'attenzione nei confronti delle difficoltà della popolazione non è stata mai tralasciata. Il governo ha espresso più volte la sua volontà di rimanere vicina ai cittadini in difficoltà, sia attraverso azioni concrete, sia attraverso la condivisione del dolore e dei timori. Una differenza sostanziale con la Protezione Civile italiana, per esempio, è il fatto che ogni volta che veniva letto il numero di morti nel bollettino giornaliero si sono utilizzate formule di cordoglio e raccoglimento nei confronti dei deceduti e delle loro famiglie, cosa che non è successa in Italia.

Anche nelle parti più tecniche e legate ai dati statistici, gli speaker non si sono mai rivelati freddi e distanti, ma anzi facevano uno sforzo per interpretare quei dati in maniera più emotiva.

L'utilizzo delle metafore belliche è stato ampio nelle conferenze stampa del Presidente del Consiglio, veicolando un messaggio di stato d'assedio e della necessità di prendere misure straordinarie per colpire il "nemico".

La Protezione Civile ha utilizzato meno questa cornice narrativa, limitandola alla descrizione delle azioni dei medici ed infermieri "in prima linea".

Il Regno Unito ha fatto un uso limitato delle metafore belliche, a un livello paragonabile a quello della Protezione Civile. Si è preferito utilizzare la cornice narrativa della straordinarietà dell'evento, spostando l'attenzione della gente da "stiamo combattendo una guerra" a "stiamo vivendo un momento epocale".

In generale, l'empatia nella comunicazione della crisi c'è stata in entrambi gli stati presi in esame. La suddivisione dei ruoli tra Presidente del Consiglio e Protezione Civile ha fatto sì che la comunicazione della seconda risultasse molto fredda e distante, mentre non si ha questa impressione nelle conferenze stampa del Regno Unito.

Si può concludere quindi dicendo che entrambe le comunicazioni istituzionali sono state sufficientemente empatiche, ma quella del Regno Unito è stata più coerente e uniforme durante tutto il periodo preso in esame.

7. Conclusioni

Questo lavoro si prefigge lo scopo di analizzare e confrontare la comunicazione istituzionale di Italia e Regno Unito durante la crisi sanitaria del 2020 causata dal virus SARS-Cov-2. Questo confronto è utile per determinare quale dei due diversi approcci sia stato più fedele alle linee guida internazionali sulla comunicazione della crisi, e anche per determinare possibili effetti che questa comunicazione può avere avuto sulla società nel medio-lungo periodo. Il confronto è stato effettuato tra questi due stati perché l'Italia è stata la prima nazione europea a fronteggiare il virus, mentre il Regno Unito una delle ultime; inoltre l'approccio nella comunicazione istituzionale è stato piuttosto differente, quindi questo lavoro vuole analizzare quale approccio sia stato più vicino alle indicazioni degli organi internazionali e quali effetti può avere portato sulla popolazione. Il confronto è basato sull'analisi dei sette principi fondamentali della comunicazione della crisi descritti nel capitolo metodi.

L'Italia ha avuto una comunicazione istituzionale separata in due: da una parte ci sono state le conferenze stampa del Presidente del Consiglio Conte, caratterizzate dall'assenza di altre figure oltre a lui, dall'empatia dimostrata nei confronti dei cittadini e dalla comunicazione molto legata alla diffusione di DPCM o delle loro bozze; dall'altra parte ci sono state le conferenze stampa del Dipartimento della Protezione Civile, caratterizzate dalla presenza fissa di un ospite esperto in un tema tecnico e dalla comunicazione molto accurata e attenta ai dati.

Questa divisione della comunicazione ha portato ad avere la possibilità a ogni parte di concentrarsi sui temi di stretta competenza: Conte sulla politica e l'empatia, la Protezione Civile su temi tecnici e di informazione. La figura del Presidente del Consiglio è stata utile anche come figura autorevole che la popolazione poteva identificare come leader forte, sicuro ed empatico, fattore importante durante una crisi nazionale che richiede una limitazione dello stato di libertà personale. Questo ha permesso anche a Conte di non essere mai contraddetto da una figura terza, aumentando la sensazione di fiducia e sicurezza nei suoi confronti.

L'assenza di personale tecnico nelle conferenze di Conte ha però causato una mancanza di accuratezza nei messaggi mandati dal Presidente del Consiglio, che spesso non erano legate a dati o a osservazioni oggettive. L'impreparazione tecnica di Conte lo ha poi messo in imbarazzo più di una volta nei confronti dei giornalisti quando essi hanno posto domande di carattere più tecnico, portando alla luce il fatto che il Presidente del Consiglio non fosse in grado di rispondere adeguatamente.

L'assenza di un comitato tecnico a corredo di Conte ha fatto sì che in alcuni casi il Presidente abbia detto cose in contrasto con il parere espresso dalla Protezione Civile, aumentando in certe occasioni il caos informativo. La sua comunicazione inoltre è stata rivolta soltanto a una specifica categoria di cittadini, risultando molto escludente nei confronti di chi non ne facesse parte.

La Protezione Civile ha fornito quotidianamente i dati sul numero di guariti, nuovi infetti e deceduti a causa del covid-19, facendo sempre molta attenzione a comunicare in modo distaccato e cercando di rimanere sempre il più legati possibili alle indicazioni della comunità scientifica e all'OMS. La comunicazione è stata sempre molto attenta alla promozione di azioni positive nella cittadinanza e all'accuratezza delle informazioni fornite, mostrando anche incertezza e insicurezza riguardo all'evolversi della situazione. Si sono sempre mostrati molto cauti e attenti circa le informazioni divulgate, e la presenza di tecnici diversi nelle varie conferenze ha permesso alla Protezione Civile di rispondere nel merito a diverse domande e questioni poste dai giornalisti.

L'assenza di una figura politica nelle conferenze della Protezione Civile ha provocato un certo distacco tra la comunicazione del governo e quella del dipartimento su alcuni temi, che venivano trattati in modi diversi e con toni diversi, provocando caos informativo. Le figure tecniche ospiti non sono state in grado di comunicare con un linguaggio semplice e chiaro, nonostante questo fosse stato chiesto esplicitamente dai giornalisti, risultando quindi poco chiari a un pubblico non specializzato. La quasi totale mancanza di empatia è stato poi un fattore determinante nel far percepire la Protezione Civile come distante dalla popolazione, una grave mancanza durante la comunicazione di una crisi.

Il Regno Unito ha avuto una comunicazione istituzionale costituita da conferenze stampa giornaliere condotte da tre figure, di cui sempre almeno una di carattere tecnico. Questo ha permesso di poter rispondere in modo adeguato a qualsiasi domanda dei giornalisti, sia che questa fosse politica o che fosse tecnica. La comunicazione è sempre stata molto attenta all'empatia nei confronti dei cittadini, e si è cercato di responsabilizzare la popolazione attraverso messaggi frequenti e chiari su quali misure adottare per contenere il virus. Il governo è sempre stato molto inclusivo nei suoi messaggi, diversificando i messaggi giornalieri e rivolgendoli a specifiche categorie sociali.

La chiarezza e l'accuratezza dell'informazione sono sempre state rispettate con cura, arrivando a presentare aggiornamenti quotidiani di grafici che riassumevano l'andamento dell'epidemia, descritti ogni volta da una figura tecnica e qualificata.

L'atteggiamento attendista e permissivo del governo in un primo momento ha generato forti critiche nella popolazione e nei giornalisti, che più volte hanno accusato il governo di avere agito troppo in ritardo e di non stare usando modi più coercitivi per imporre alla popolazione delle restrizioni alla libertà. Infatti in un primo momento le istituzioni hanno diffuso consigli e avvisi su come agire nei confronti di questa emergenza, ma non hanno promulgato leggi od ordinanze. Questo è stato loro rinfacciato più volte come una grave responsabilità politica quando il Regno Unito è diventato lo stato con più infetti e più morti d'Europa.

Un'altra carenza della comunicazione istituzionale britannica è stata l'assenza di orizzonti temporali da fornire alla popolazione. La situazione di grande incertezza verso l'evolversi degli eventi e l'attenzione, durante le conferenze stampa, di rimanere legati ai dati e all'empirismo scientifico sono state le probabili cause di una comunicazione vaga circa gli obiettivi temporali. Durante il lockdown britannico, le domande dei giornalisti riguardavano spesso quanto ci si sarebbe dovuti aspettare di dovere resistere; le risposte dei politici e dei tecnici erano sempre molto vaghe a riguardo: non fornivano date, ma nemmeno periodi di tempo più ampi. L'assenza di un orizzonte temporale certo e l'utilizzo reiterato della formula "riapriremo quando potremo farlo in sicurezza" ha certamente contribuito a diffondere una sensazione di stress e insicurezza nella popolazione.

Da questa analisi e dal confronto sui sette principi fondamentali della comunicazione della crisi si può concludere che il Regno Unito sia stato più vicino alle norme definite dagli organi internazionali rispetto all'Italia. La comunicazione istituzionale italiana è stata superiore nel tempismo della comunicazione della crisi, sia perché ha affrontato il problema sin da subito, a differenza del Regno Unito che ha avuto un atteggiamento più attendista; sia perché con due conferenze stampa separate si è potuta permettere sempre di trattare temi di attualità entro le 24 ore da un certo evento impattante sull'opinione pubblica, mentre il Regno Unito ha spesso evitato di parlare di eventi di cronaca.

Nonostante questo, il Regno Unito è stato più fedele alle indicazioni internazionali in tutti gli altri sei principi:

- La pervasività dei messaggi comunicati è stata migliore soprattutto grazie ad iniziative esterne ai media, come l'invio di una lettera da parte del governo direttamente a tutte le persone che rientravano in categorie a rischio;
- C'è stata una maggiore attenzione nell'accuratezza dei messaggi rivolti ai cittadini, evidenziata da un utilizzo continuo di dati e di grafici per spiegare le misure intraprese e da una continua attenzione all'adesione con la comunità scientifica e alle sue indicazioni;
- Il format unitario delle conferenze stampa britanniche ha giovato alla chiarezza del messaggio, che nel caso dell'Italia è stata a volte vacillante a causa di contraddizioni tra i messaggi del Presidente del Consiglio e dei mass-media e quelli della Protezione Civile;
- Le istituzioni del Regno Unito sono sempre state molto attente alla diversificazione dei messaggi comunicati, dimostrando anche grande empatia e comprensione nei confronti di molte categorie civili. Il Presidente del Consiglio Conte invece ha avuto una comunicazione molto più uniforme e rivolta a una certa categoria di persone, mentre le altre venivano a malapena citate oppure direttamente attaccate e accusate di irresponsabilità;
- La promozione di azioni positive è stata quasi ignorata da Conte, mentre la Protezione Civile l'ha fatta in modo sufficiente. Nonostante questo, l'attenzione delle istituzioni del Regno Unito nell'informare i cittadini sui comportamenti da mantenere per salvaguardare loro stessi e la società è stata certamente maggiore, anche perché la responsabilizzazione del cittadino è stato uno dei cardini della comunicazione istituzionale britannica;
- L'empatia dei messaggi comunicati è stata buona in entrambe le nazioni prese in esame, ma la forte discontinuità tra Presidente del Consiglio e Protezione Civile nell'empatia della comunicazione ha reso altalenante il rispetto di questo principio in Italia, mentre in Regno Unito anche le figure più tecniche si sono sempre preoccupate di mostrare empatia, calore e comprensione nei confronti dei cittadini.

Bisogna considerare però che questa valutazione si basa su un confronto basato esclusivamente sulle norme di comunicazione della crisi condivise dalle maggiori istituzioni internazionali. Nella realtà la situazione era più complessa, quindi le differenze tra le comunicazioni istituzionali non può essere completamente spiegata con un'assenza di attenzione nei confronti delle norme internazionali.

Ad esempio, l'Italia è stato il primo Paese ad affrontare la pandemia in Europa. Questo ha certamente influito su certe scelte comunicative, dettate forse dalla straordinarietà e imprevedibilità dell'evento. L'impreparazione nella gestione di questa crisi ha colpito quasi ogni nazione globale, in particolar modo chi ha dovuto fronteggiarla per prima.

È importante contestualizzare la comunicazione utilizzata nel tempo e nei luoghi in cui è avvenuta, e non limitarsi a trattarla come un argomento asettico. Il ritardo del Regno Unito nell'applicare le imposizioni di restrizione delle libertà non può essere imputato esclusivamente a una decisione politica arrogante e superficiale: per il governo di Londra si avvicina sempre di più la data dell'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea, un evento che potenzialmente può scuotere dalle fondamenta l'economia di tutta la Gran Bretagna. La necessità di ritardare il più possibile le misure di contenimento coercitive è anche dovuto a questo aspetto, che rende l'economia della nazione più vulnerabile ad eventi imprevedibili come una pandemia globale. Bisogna anche considerare che le norme sociali di Italia e Regno Unito sono molto diverse, e queste possono contribuire a spiegare certi atteggiamenti.

Il rapporto tra popolazione ed esecutivo in Regno Unito è molto diverso rispetto a quello italiano: storicamente i cittadini anglosassoni sono abituati a seguire una serie di convenzioni sociali non scritte ritenute necessarie per il funzionamento di tutta la società. Questo mette in una luce diversa i consigli dati dal governo in un primo momento: l'esecutivo ha cercato in un primo momento di fare valere la propria voce e la propria influenza per spingere le persone ad accettare delle restrizioni personali legate al senso civico e alla responsabilizzazione civile, sperando di non essere costretti a bloccare le attività economiche a ridosso di un evento come la Brexit. Chiaramente queste misure non sono state sufficienti, e successivamente il governo ha varato misure più rigide, ma questo ritardo non può essere visto soltanto come una miopia politica.

In Italia invece la situazione era ben diversa, con una popolazione che aveva un atteggiamento molto diverso nei confronti del governo e delle leggi in vigore. L'utilizzo di metafore belliche sin dal primo momento è stata una strategia utilizzata con coscienza per imprimere al cittadino italiano l'idea della gravità della situazione, e a fargli accettare misure straordinarie di limitazione della propria libertà. Una linea più morbida o più rassicurante avrebbe potuto essere interpretata dalla popolazione come una comunicazione debole per un fenomeno non poi così grave, con grandi rischi per la salute pubblica. In tal senso sono stati fatti grandi sforzi di contenimento per evitare che SARS-Cov-2 si diffondesse in tutto il territorio nazionale, cercando di salvaguardare le regioni del Sud-Italia che avrebbero probabilmente subito l'epidemia in maniera ancora più critica rispetto al Nord-Italia, viste le carenze nel sistema medico-ospedaliero del meridione. Anche la comunicazione di certe figure politiche locali, come il governatore della Campania Vincenzo De Luca, sono state molto lontane rispetto alle linee guide internazionali della comunicazione della crisi, ma parte di questa distanza è da imputare alla situazione di emergenza e di timore per la diffusione del virus nel Sud del Paese.

Questa valutazione è limitata al periodo analizzato, ma mi sembra doveroso aprire una parentesi su alcune degli atteggiamenti comunicativi tenuti a distanza di diversi mesi.

Sto scrivendo queste righe a fine anno 2020, durante la fase discendente della seconda ondata di SARS-Cov-2. Mentre in un primo momento il governo Conte ha reagito a una emergenza sanitaria come mai ne sono successe nell'ultimo secolo, quindi certi atteggiamenti potevano essere almeno comprensibili, durante questi mesi si è comportato in maniera attendista e superficiale. Durante la fase estiva le azioni di preparazione del governo a questa seconda ondata, prevista da molti degli esperti del settore, sono state praticamente nulle. La sensazione generale, sia nella popolazione che nelle istituzioni, era che il peggio fosse ormai passato e che sarebbe stato impensabile tornare in lockdown. Durante i mesi estivi il Governo ha, sia ufficialmente che ufficiosamente, riaperto gran parte delle attività, anche quelle ad alto rischio di contagio come le discoteche, che in alcuni casi si sono trasformate in veri e propri focolai di contagio. La rappresentazione più emblematica dell'atteggiamento del governo può essere riassunta dalla pubblicazione di un libro scritto dal Ministro della Salute Roberto Speranza dal titolo: "Perché guariremo. Dai giorni più duri a una nuova idea di salute", pubblicato proprio nei giorni durante i quali stava esplodendo la seconda ondata e prontamente ritirato dal mercato.

Molte delle promesse rassicuranti e positive fatte durante la prima ondata non sono state poi mantenute. Anche i continui riferimenti all'importanza della trasparenza comunicativa, giudicati positivamente da tutte le guide della comunicazione della crisi, si sono rivelati infondati quando i giornalisti hanno richiesto al governo di potere accedere ai verbali delle riunioni del Comitato Tecnico Scientifico per verificare che il governo avesse davvero seguito i consigli degli esperti. Questi documenti in un primo momento non volevano essere rivelati dal governo. La posizione, pur essendo comprensibile e legittima in un periodo come questo, è andata a minare alle fondamenta la credibilità del governo e la legittimità delle posizioni prese a marzo.

È necessario considerare anche le conseguenze di certe scelte comunicative sul medio-lungo periodo: l'atteggiamento responsabilizzante delle istituzioni britanniche è stato in un primo momento meno efficace dell'atteggiamento più punitivo e paternalista del governo italiano, ma ha costruito una base comunicativa più solida per il futuro. La cautela nelle dichiarazioni del governo britannico e l'accuratezza certosina nei confronti dei dati ha permesso di mantenere un rapporto di fiducia col popolo, senza la necessità di fare piroette comunicative o bruschi dietrofront, ma riuscendo a esprimere una narrazione più coerente anche durante la seconda ondata.

L'atteggiamento più rigido della comunicazione italiana invece ha permesso alla popolazione di accettare quasi immediatamente le misure più restrittive di marzo, anche attraverso una comunicazione di tipo militaresco e colpevolizzante. Quando la prima ondata è terminata, però, queste narrazioni hanno portato automaticamente le persone a pensare che "la guerra fosse finita", abbassando la guardia e tornando quasi completamente a comportarsi come prima. L'arrivo della seconda ondata però ha infranto questa cornice narrativa, abbattendosi ora sulle regioni che durante la prima ondata erano state meno colpite. La comunicazione di oggi è molto meno "militarizzata" che a marzo: si dà molto più spazio al concetto di rischio, alle misure di restrizione variabili a seconda di questo, alla gestione dei vari aspetti della vita che vanno gestiti durante una pandemia, eccetera.

Questa narrazione è però in contrasto con quella usata in precedenza: se abbiamo vinto la guerra, perché ora dobbiamo continuare a seguire norme come il coprifuoco, lockdown locali e misure straordinarie?

Questa incoerenza è costata molta credibilità al governo, che è passato dal record del 71% di consensi di marzo al 55% a ottobre (dati DEMOS)¹⁸.

In generale, l'attuale situazione di convivenza con il virus male si sposa con una narrazione bellica, e i cittadini perdono fiducia nel governo sia per l'impreparazione dimostrata nella stagione estiva, sia perché la comunicazione sta diventando sempre più debole e frammentata nel tempo.

L'emergenza sanitaria globale dovuta al SARS-Cov-2 non è ancora terminata mentre scrivo. In queste settimane cominciano a circolare le prime, rassicuranti notizie circa l'arrivo di vaccini contro questo virus, ma manca ancora molto per dire che la situazione è sotto controllo. Così come la situazione sanitaria è in divenire, anche la comunicazione cambia nel tempo e nello spazio, esprimendosi diversamente a seconda della situazione, del comunicatore e del pubblico di riferimento. Nell'epoca contemporanea l'importanza della comunicazione è assoluta, e la cura per produrre una buona comunicazione durante un periodo di crisi come questo dovrebbe essere massima.

Nel periodo della prima ondata della pandemia in Europa, il Regno Unito è riuscito a esprimere una comunicazione più aderente alle linee guida dettate da istituzioni internazionali rispetto all'Italia. L'effetto di questa maggiore cura, seppur non misurabile empiricamente, si può riflettere in parte nella fiducia che i cittadini ripongono nelle istituzioni e nelle figure di leadership.

La situazione è chiaramente molto complessa, ed è impossibile oggi fare un bilancio oggettivo e distante della gestione comunicativa del covid-19. In questa analisi, eseguita durante la stessa pandemia che tenta di esaminare a livello comunicativo, ho cercato di essere il più imparziale possibile e di rimanere legato a dichiarazioni delle figure politiche e alle linee guida emesse dalle istituzioni internazionali.

Quest'analisi vuole essere uno strumento utile a chiunque voglia studiare nel dettaglio le differenze nella gestione della comunicazione istituzionale durante la peggiore crisi globale dai tempi della Seconda Guerra Mondiale.

¹⁸ DEMOS, <http://www.demos.it/a01775.php>

8. Ringraziamenti

Voglio ringraziare in primis la Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati di Trieste, per avere istituito il Master in Comunicazione della Scienza “F. Pratico” e per averlo reso accessibile a chi, come me, volesse trovare un luogo d’eccellenza per imparare a comunicare in modo efficace la scienza. Il grande apporto umano, culturale e professionale di questa istituzione rimarrà per sempre parte di me.

In particolare volevo ringraziare il Direttore del Master Nico Pitrelli, che ha saputo trasmettere la propria conoscenza e lo spirito critico in modo magistrale, riuscendo a rendere le sue lezioni istruttive e interessanti. Nella seconda parte dell’anno, durante l’emergenza dovuta al covid-19, ha dimostrato di essere una persona in grado di prendere decisioni difficili per il bene di tutti, senza dimenticare di ascoltare anche la voce degli alunni del Master.

Voglio ringraziare anche Giacomo Destro, project manager del Master, che è sempre stato disponibile ad ascoltarci e a guidarci. È stato di incredibile aiuto in molte fasi di questa esperienza: dall’introduzione al Master fino alle riunioni informali online durante il lockdown, è sempre stata la figura amica e competente che ci ha permesso di navigare durante questa tempesta.

Un ringraziamento particolare va anche alla mia relatrice, Roberta Villa, stimata e ammirata comunicatrice della scienza che mi ha affiancato in questo progetto di tesi, guidandomi e consigliandomi nonostante la distanza e le difficoltà imposte dalla pandemia.

Non posso non citare anche tutto lo staff del Master, la segreteria, i docenti, i professori della SISSA che hanno reso possibile e indimenticabile questa esperienza; e ovviamente tutti i miei compagni di Master, che hanno condiviso con me un percorso più unico che raro, alleggerendo le mie giornate e spronandomi sempre a dare il meglio.

Infine, voglio ringraziare tutta la mia famiglia, che mi ha sempre sostenuto in ogni modo e che mi ha dato la possibilità di frequentare un master così prestigioso.

Un ringraziamento a Silvia, senza la quale forse non avrei avuto il coraggio di mandare la mia candidatura, commettendo così uno dei più grandi sbagli che avrei mai potuto fare.

Grazie, a tutti voi.

9. Bibliografia e Sitografia

9.1 Bibliografia

1. Dunham Will, "Black death 'discriminated' between victims", *ABC Science*, 29 gennaio 2008.
2. Taubenberger Jeffrey, Morens David, *1918 Influenza: the Mother of All Pandemics*, in «Emerging infectious Diseases», 2006.
3. Kelly Heath, Peck Heidi, Laurie Karen, Wu Peng, Nishiura Hiroshi, Cowling Benjamin, *The Age-Specific Cumulative Incidence of Infection with Pandemic Influenza H1N1 2009 Was Similar in Various Countries Prior to Vaccination*, in «PLoS ONE», 2011
4. Boucharlat Jacques, Mancret George, *Communication at the time of the plague epidemic*, in «Annales Medico-psychologiques», 1978.
5. Villa Roberta, "1918: la catastrofe dimenticata", *Il Tascabile*, 2018.
6. Epstein Steven, *The Construction of Lay Expertise: AIDS Activism and the Forging of Credibility in the Reform of Clinical Trials*, in «Science, Technology, & Human Values», 1995.
7. Institute of Medicine (US) Forum on Medical and Public Health Preparedness for Catastrophic Events, *The 2009 H1N1 Influenza Vaccination Campaign: Summary of a Workshop Series*, Washington (DC): National Academies Press, 2010.
8. Sandman Peter, Lanard Jody, "Swine Flu Pandemic Communication Challenges and Lessons Learned", *The Peter Sandman Risk Communication Website*, 5 maggio 2010.
9. Abeysinghe Sudeepa, *Vaccine Narratives and Public Health: Investigating Criticisms of H1N1 Pandemic Vaccination*, in «PLoS Currents Outbreaks» 2015.
10. Covello Vincent, Best Practices in Public Health Risk and Crisis Communication, *Journal of Health Communication*, 2003.
11. Centers for Disease Control and Prevention, *Crisis and Emergency Risk Communication*, 2018.
12. Flusberg Stephen, Semino Elena, Briguglia Gianluca, Paulus Dagmar, Garassino Marina, Villa Roberta, *Guns, Germs, and Covid-19. Why science communication needs metaphors*, conferenza tenuta durante il RESEARCH COMMUNICATION WEEK 2020, Università Ca' foscari di Venezia, 26 settembre 2020.
13. Boin Arjen, 'T Hart Paul, Van Esch Femke, *Political leadership in times of crisis: comparing Leader Responses to Financial Turbulence*, nel libro "Comparative Political Leadership", Palgrave MacMillan, 2012.

9.2 Sitografia

1. UNAIDS, <https://www.unaids.org/en/resources/fact-sheet>
2. Worldometers, <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
3. Youtube, <https://www.youtube.com>
4. Facebook, <https://www.facebook.com>
5. ECDC, <https://www.ecdc.europa.eu/en/health-communication/crisis-communication>
6. WordItOut, <https://worditout.com/>
7. DEMOS, <http://www.demos.it/a01775.php>