

L'ALTRO VIRUS

COMUNICAZIONE E DISINFORMAZIONE
AL TEMPO DEL COVID-19

A CURA DI MARIANNA SALA
E MASSIMO SCAGLIONI



VITA E PENSIERO

L'ALTRO VIRUS

COMUNICAZIONE E DISINFORMAZIONE
AL TEMPO DEL COVID-19

A CURA DI MARIANNA SALA
E MASSIMO SCAGLIONI

© 2020 Vita e Pensiero – Largo Gemelli 1 – 20123 Milano

www.vitaepensiero.it

ISBN edizione digitale (formato PDF): 978-88-343-4269-5

In copertina:

Virus coming out of megaphone scared away a group of businessmen
Getty Images.

Copertina di Andrea Musso

Questo e-book contiene materiale protetto da copyright e non può essere copiato, riprodotto, trasferito, distribuito, noleggiato, licenziato o trasmesso in pubblico, o utilizzato in alcun altro modo ad eccezione di quanto è stato autorizzato dall'editore, ai termini e alle condizioni alle quali è stato acquistato, o da quanto esplicitamente previsto dalla legge applicabile. Qualsiasi distribuzione o fruizione non autorizzata di questo testo così come l'alterazione delle informazioni elettroniche sul regime dei diritti costituisce una violazione dei diritti dell'editore e dell'autore e sarà sanzionata civilmente e penalmente secondo quanto previsto dalla Legge 633/1941 e successive modifiche.

INDICE

MARIANNA SALA E MASSIMO SCAGLIONI	
<i>Introduzione</i>	9

Parte prima *Retoriche e media*

MASSIMO SCAGLIONI	
<i>Il virus sullo schermo. Il “sismografo” televisivo e la mediazione della crisi</i>	17

PAOLO CARELLI E NICOLETTA VITTADINI	
<i>Social-virus. Piattaforme, istituzioni e hashtag durante la pandemia</i>	31

LUCA G. CASTELLIN E DAMIANO PALANO	
<i>I leader e la paura: la comunicazione politica nei giorni del contagio</i>	53

ANNA SFARDINI	
<i>Come comunicare la pandemia? Credibilità e fiducia delle fonti istituzionali nell'informazione italiana sul Covid-19</i>	63

MARIA LUISA VILLA	
<i>La scienza in piazza. Decisioni politiche e buon uso del sapere</i>	75

MARIA TEREZA ZANOLA <i>Le parole della pandemia in Francia: il dialogo di una società</i>	85
FEDERICA MISSAGLIA <i>Wo steht unser Land? La comunicazione in Germania ai tempi del Coronavirus</i>	95
ENRICO REGGIANI <i>La textual politics di Johnson e il Churchill Factor contro il Covid-19</i>	105
ANA GONZÁLEZ-NEIRA E SALOMÉ BERROCAL-GONZALO <i>Televisione e leadership politica in Spagna durante la crisi di Covid-19</i>	117
MASSIMILIANO PANARARI <i>Le due Americhe e il Covid-19. Il «presidenzialismo comunicazionale» di Donald Trump di fronte alla pandemia</i>	127

Parte seconda

Società, diritto e istituzioni

MARIANNA SALA <i>Dall'epidemia all'infodemia: le fake news all'epoca del Coronavirus</i>	137
MARCO DELMASTRO <i>Informazione e disinformazione scientifica: il caso Coronavirus</i>	145

GABRIELE SUFFIA	
<i>Disinformazione e Covid-19: problematiche e aspetti geopolitici</i>	157
RUBEN RAZZANTE	
<i>Deontologia giornalistica ai tempi del Covid-19</i>	165
GIOVANNI ZICCARDI	
<i>Sorveglianza, controllo e diritti nel periodo dell'emergenza-pandemia</i>	173
CHIARA CICCIA ROMITO E ALESSANDRA SALLUCE	
<i>L'emergenza-pandemia tra protezione dei dati, diritto sul luogo di lavoro e nuove tecnologie</i>	183
IVANA NASTI	
<i>Istituzioni pubbliche, informazione e comunicazione sanitaria in tempo di emergenza</i>	193
STEFANIA GARASSINI	
<i>Il vero volto di Internet: un nuovo equilibrio tra virtuale e reale</i>	203
GLI AUTORI	211

Introduzione

Nel corso delle drammatiche settimane che abbiamo vissuto con la cosiddetta “Fase 1” dell’emergenza Covid-19, fra il 21 febbraio e il 4 di maggio, la rilevanza della comunicazione è apparsa sempre più chiara, sebbene il tema sia entrato meno del dovuto nel dibattito pubblico, dominato, in un primo momento, dall’urgenza pressante della gravissima crisi sanitaria, e poi dalle questioni relative alla ripartenza, alla “Fase 2”, al riaccendersi della conflittualità partitica, alle priorità economiche...

Eppure, proprio una pandemia come quella di coronavirus ha mostrato quanto sia cruciale la gestione della comunicazione, a ogni livello la si possa intendere. La comunicazione – ci ricorda James W. Carey – non riguarda semplicemente un processo “tecnico” di trasferimento d’informazione. La comunicazione è strettamente collegata al funzionamento di una società, tanto più in un contesto come quello contemporaneo, caratterizzato dalla pervasività e dell’istantaneità dei media digitali. In tempi normali, comunicazione si associa a “condivisione” (*sharing*), partecipazione (*participation*), associazione di persone (*association*), comunione di intenti (*fellowship*), appartenenza a una fede comune (*possession of a common faith*) (Carey, *Communication as Culture*). In tempi di crisi, o “di guerra” – per usare una metafora spesso utilizzata nel corso degli ultimi mesi – la comunicazione diventa ancora più essenziale per “mantenere una società

unita nel tempo”. La capacità di gestire al meglio la comunicazione, finalizzandola al bene della società o al “bene comune”, è letteralmente questione vitale.

È per queste ragioni, qui brevemente sintetizzate, che un gruppo di studiosi e professionisti competenti in diversi campi ha deciso di provare a riflettere, “a caldo” e sotto l’incessante stimolo delle notizie che arrivavano alle nostre scrivanie durante il periodo della quarantena, sul ruolo che la comunicazione ha avuto nel corso di questa fase della pandemia. Molti temi sono così emersi e si sono intrecciati fra le pagine che avete sotto gli occhi: il ruolo giocato dai mezzi di comunicazione vecchi e nuovi, la comunicazione politica e quella scientifica, entrambe così rilevanti per la gestione della crisi, la proliferazione di forme di disinformazione veicolate soprattutto dai social, le sfide della sorveglianza e della privacy, la riarticolazione di scuola e lavoro “a distanza” grazie alla Rete e altri ancora.

Ne è nato questo *instant book* che prova a fare il punto sulle diverse declinazioni della comunicazione in tempo di coronavirus. La peculiarità del volume è che le diverse *issue* che qui si intrecciano sono analizzate da prospettive diverse che cercano di trovare un terreno di dialogo: discutono idealmente fra le pagine del libro politologi e studiosi di media, sociologi, giuristi e avvocati, economisti e linguisti, informatici, medici e studiosi di letteratura. L’altra specificità è l’adozione di un punto di vista comparativo e internazionale, che parte dall’Italia per toccare i principali Paesi europei e gli Stati Uniti e tornare infine all’Italia.

La quarantena ha costretto ciascuno di noi a misurarci con un nuovo stile di vita, in cui la tecnologia e, in particolare Internet, è diventata l’unico nostro strumento per lavorare, comunicare, socializzare, imparare. Non solo. Il timore del virus - nemico invisibile e molto contagioso – ci

ha costretti a mantenere la distanza fisica da tutto ciò che ha sempre fatto parte del nostro quotidiano e ci ha reso più timorosi e più vulnerabili. Di qui, una serie di conseguenze che impattano sulla società: dal proliferare delle *fake news* in materia sanitaria; al desiderio di “controllo sociale” e tracciamento degli spostamenti individuali, per finalità preventive; all’uso quasi totalizzante degli schermi (dal pc, alla tv) per vedere la realtà.

La prima parte del volume è dedicata a “Retoriche e media”. Con uno sguardo riccamente multidisciplinare, abbiamo provato a mettere sotto la lente di ingrandimento il ruolo della televisione come “sismografo” della crisi, fra domanda di informazione e consumi rituali (Scagliolini), da leggere in controluce rispetto alle trasformazioni che hanno caratterizzato gli universi della Rete e dei social media, fra comunicazione istituzionale e esigenze di condivisione, discussione e talvolta critica che emergono da comuni cittadini tramite Twitter, Facebook o Instagram (Vittadini e Carelli). Tre saggi da leggere tutti di fila (Palano e Castellin, Sfardini e Villa) riflettono su cosa ha funzionato e cosa non ha funzionato nella comunicazione di politici, scienziati, esperti e divulgatori. L’ultima sezione di questa prima parte si apre poi allo sguardo internazionale: per comprendere le buone (e le cattive) pratiche della comunicazione in Italia è senz’altro necessario metterla a confronto con quelle adottate nei principali paesi europei: Francia (Zanola), Germania (Missaglia), Gran Bretagna (Reggiani), Spagna (González-Neira e Berrocal-Gonzalo) e Stati Uniti (Panarari).

La seconda parte del volume - intitolata “Società, diritto e istituzioni” - affronta il tema degli effetti del Covid-19 da un diverso punto di vista: quello più propriamente sociale. Si tocca innanzitutto il tema dell’ “infodemia” - ossia della propagazione di un numero incontrollato di *fake news* - che nella c.d. “Fase 1” ha rischiato

di alimentare l'allarme sociale, condizionando il dibattito pubblico e/o inducendo a comportamenti sanitari scorretti (Sala). Dopo una valutazione delle caratteristiche della disinformazione scientifica (Delmastro) e delle ragioni, anche geopolitiche, alla base del fenomeno (Suffia), si procede con l'analisi delle azioni di contrasto attuate dalle istituzioni e dalle grandi piattaforme digitali globali (Google e Facebook in prima linea) (Nasti). Si osserva, poi, come l'allarme sanitario abbia favorito il "bisogno" di controllo, di sorveglianza, di uso di droni, di App e di altri strumenti di tracciamento e di geolocalizzazione, nel tentativo di controllare gli spostamenti e impedire il contagio tra gli individui (Ziccardi). Di qui, l'analisi di un corretto bilanciamento tra l'esigenza di tutela della salute pubblica e di tutela della privacy del singolo cittadino – anche sul luogo di lavoro (Ciccio Romito e Salluce) – in quanto si tratta di diritti che non si escludono vicendevolmente, ma – anzi – devono essere equilibrati. Infine, si osserva che la "Fase 1" ha disegnato un nuovo modo di interfacciarsi con la tecnologia. È come se Internet ci avesse mostrato il suo vero volto, quello delle origini, quello di strumento utile per comunicare a distanza (Garassini). Sarà interessante vedere se e come cambierà il nostro approccio alla tecnologia, con l'inizio della "Fase 2" e oltre. Un dato accomuna tutti gli interventi: la valorizzazione della informazione professionale, come antidoto contro la deriva delle *fake news* (Razzante). Ma l'informazione professionale non basta, se non c'è nessuno a leggerla. È quindi importante sviluppare l'abitudine alla lettura e all'aggiornamento quotidiano. Visto che le consuetudini culturali più radicate possono crearsi solo nel periodo di formazione dell'individuo, è evidente che occorre valorizzare il ruolo della scuola, luogo di crescita e di confronto.

Questo volume, nato nei giorni del *lockdown*, cerca di mettere sotto la lente di ingrandimento questa particola-

rissima fase della vita della nostra società. Scrivere durante il periodo di emergenza non è stato semplice, perché ha richiesto uno sforzo aggiuntivo per tentare di ragionare in maniera il più possibile distaccata. Il compito che ci siamo proposti, però, è stato quello di provare a mantenere lucidità anche in questa situazione, e di analizzare – al di là della contingenza – ciò che stava realmente accadendo. Confidiamo che queste pagine possano risultare utili per una riflessione su quanto ha funzionato e quanto è ancora da migliorare per la fase della ricostruzione e della ripresa del Paese.

Parte prima
Retoriche e media

MASSIMO SCAGLIONI

Il virus sullo schermo. Il “sismografo” televisivo e la mediazione della crisi

Non ci possono essere dubbi sul fatto che la televisione abbia rappresentato, dall’inizio dell’emergenza Covid-19 e per tutta la durata della crisi nella quale siamo ancora immersi con l’inizio della “Fase 2”, il mezzo di comunicazione che, più di tutti, è stato in grado di rappresentare, narrare, “mediatizzare” la pandemia per un’amplissima platea di cittadini italiani.

La Tv, coi suoi diversi generi e linguaggi, con le sue potenzialità ma anche con i vincoli necessariamente imposti alle sue routine produttive dalla stessa circolazione del virus, ha dato una forma visibile alla minaccia invisibile, ha catalizzato e rilanciato discorsi e fissato agende, ha definito *frame* interpretativi negoziando, di volta in volta, le misure di contenimento adottate dai vari decisori politici, e le loro modalità comunicative, col pubblico vastissimo che l’ha eletta a *medium* di riferimento in un periodo tanto grave e quanto drammatico.

Nella società connessa, digitale e “in rete”, caratterizzata – fino all’inizio della crisi – dalla frammentazione, dalla personalizzazione, dalla disintermediazione della comunicazione, è il tradizionale mezzo domestico – quello più comune e trasversale a età, generazioni e classi sociali – a scandire i consumi mediali degli italiani, tanto nella ricerca di informazione e approfondimento affida-

bili quanto nel desiderio di organizzare e strutturare un tempo libero sempre più affiancato, entro le pareti domestiche, al tempo di lavoro o di studio “a distanza” dei diversi membri dei nuclei familiari durante le lunghe settimane del *lockdown*. La Tv ha così visto riprendere e deflagrare alcune delle sue tradizionali caratteristiche di *medium* che sembravano scolorire nell’indistinta “convergenza” dei mezzi digitali: la sua funzione informativa, certamente, caratterizzata da un controllo editoriale e una responsabilità professionale spesso carenti sul web e nei social, assediati dall’affollarsi delle *fake news*; ma anche la sua capacità di organizzare e punteggiare un tempo, dilatato e apparentemente “sospeso”, caratterizzandolo con momenti rituali ordinari (come la visione del telegiornale della sera) o straordinari (come nel caso degli “eventi mediiali” che hanno visto come principale protagonista Papa Francesco, fra la preghiera *Urbi et Orbi* del 27 marzo e i riti pasquali d’inizio aprile) (Dayan e Katz 1993).

Già parecchi anni fa Roger Silverstone collegava le caratteristiche peculiari del mezzo televisivo a quella che Antony Giddens definiva “sicurezza ontologica” (Silverstone 2000), “l’atteggiamento della maggior parte delle persone, che confidano nella continuità della propria identità e nella costanza dell’ambiente sociale e materiale in cui agiscono” (Giddens 1994). Non è certamente un caso il fatto che, nel corso di un’inedita e inattesa pandemia che pare mettere a rischio proprio la sicurezza degli individui, la televisione ritrovi il suo ruolo centrale. La televisione – e l’informazione televisiva in particolare (nella forma rituale e ricorrente delle *news*) – costituisce “un’istituzione chiave nella mediazione della paura, del rischio e del pericolo ed [...] è cruciale per capire la nostra capacità di creare e conservare la sicurezza ontologica” (Silverstone 1994).

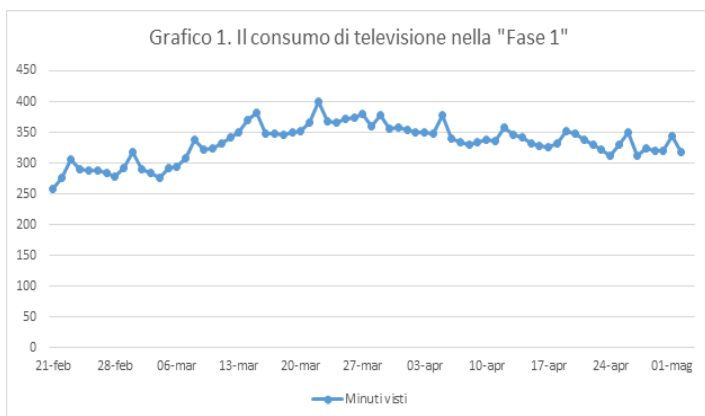
Per tutte queste ragioni, nelle settimane che hanno caratterizzato la cosiddetta “Fase 1” dell’emergenza Co-

vid-19 – il periodo che va dalla scoperta del “paziente 1” all’ospedale di Codogno, in Lombardia, il 21 febbraio, fino all’alba della “Fase 2”, partita con qualche incertezza il 4 maggio – la televisione ha rappresentato – è questa la metafora che vorremmo adottare – un vero e proprio “sismografo” della crisi. Lo ha fatto in maniera quasi letterale: l’inizio della “Fase 1” è coinciso con un progressivo incremento dei consumi televisivi, che ha poi avuto un picco alcune settimane più tardi, alla fine di marzo. Segno tangibile di una forte domanda di contenuti (informativi, ma non solo, come si vedrà) che è andata crescendo man mano che la situazione si faceva via via più drammatica, coll’epidemia apparentemente incontrollabile e il conteggio dei decessi a ingenerare una diffusa e trasversale preoccupazione.

Ricostruire, in primo luogo, l’andamento della “domanda di Tv” nel corso della “Fase 1” è un importante punto di partenza per comprendere e “misurare” il ruolo del piccolo schermo nella mediazione della crisi per una vastissima parte della popolazione nazionale. I diversi segmenti che compongono la curva dei consumi televisivi – misurati in minuti medi di visione per individuo nell’intero giorno – possono infatti essere sovrapposti a quelli che definiscono l’andamento dei nuovi casi di contagio, così come comunicato, per quasi tutta la durata della “Fase 1”, dalla conferenza stampa delle ore 18.00 della Protezione Civile, e ripreso poi, poco dopo, dai principali notiziari della sera. In secondo luogo, proprio questi segmenti individuano tre diversi “momenti dell’emergenza”, caratterizzati piuttosto chiaramente da un differente ruolo giocato dalla televisione nel narrare e rappresentare la crisi, e da retoriche prevalenti che il piccolo schermo è in grado di generare o di rilanciare.

Come si può osservare nel Grafico 1, i consumi televisivi crescono rapidamente già pochi giorni dopo le notizie

dei primi casi di Codogno e Vo Euganeo, per superare le 5 ore medie (precisamente 306 minuti) già domenica 23 febbraio, con l'inizio del "confinamento" nei comuni nel lodigiano e nel padovano. Da quel momento la domanda di televisione è sempre in crescita per raggiungere un picco nella settimana compresa fra il 22 e il 29 di marzo: una settimana drammatica, gli analoghi picchi sia nel numero dei casi di contagio comunicati dalla Protezione Civile (ovvero di "tamponi positivi" registrati giorno per giorno) sia nel numero dei morti (oltre 900 decessi registrati in 24 ore il 27 marzo); ma è, questa, anche la settimana dell'annuncio, a tarda sera, delle misure più stringenti di *lockdown* (21 marzo) e delle trasmissioni della Preghiera *Urbi et Orbi* di Papa Francesco dalla piazza S. Pietro deserta (27 marzo). Con la fine del mese di marzo, i consumi di televisione cominciano lentamente a ridursi, pur restando decisamente superiori alle medie degli anni precedenti (con un incremento medio del 20% rispetto agli stessi periodi).



A partire dall'analisi di questi dati possiamo identificare tre diversi momenti che caratterizzano il ruolo svolto dalla televisione durante la "Fase 1". Il primo momento

è quello che inizia prima dello scoppio della crisi vera e propria, quando le notizie sul Covid-19 approdano sulle *news* nazionali, e si chiude nei giorni del 7, 8 e 9 marzo, che segnano la partenza del *lockdown* prima in Lombardia e poi in tutta Italia (sono i giorni della divulgazione della bozza di decreto sulla Lombardia, con la “fuga da Milano”, e dell’intervento del Presidente del Consiglio, la sera del 9 marzo, col governo che impone la quarantena a livello nazionale).

Il secondo momento, caratterizzato dalla vertiginosa crescita nella domanda di televisione, è quello che dal 9 marzo arriva fino alla fine del mese, ovvero al triste picco di contagi e di morti sopra ricordato.

Un terzo momento è infine quello che comincia col mese di aprile e prosegue attraverso la settimana pasquale, la celebrazione del 25 Aprile e del primo maggio, fino alla chiusura della “Fase 1”, il 3 maggio 2020. Analizziamo di seguito questi tre momenti, mettendo a fuoco il ruolo della televisione.

Fra normalizzazione e scetticismo: dalle prime notizie al lockdown

Come già accaduto in passato, fin dai primi decenni della società di massa e poi per tutto il corso del “secolo breve”, la pandemia, ai suoi primi stadi, genera nei media una ricorrente oscillazione fra allarmismo e sottovalutazione, dove è quest’ultima in genere a prevalere. La “Spagnola” del 1918, l’“Asiatica” del 1957 e la “Sars” del 2003 vivono sui mezzi di comunicazione dell’epoca un iniziale trattamento all’insegna dello scetticismo e della minimizzazione. È la dinamica che caratterizza anche Covid-19 in questo primo momento – nonostante l’evidenza dell’evoluzione epidemica in Cina, almeno dalla fine di gennaio 2020 o dalle prime settimane di Febbraio – un periodo

che dura fino a quando i provvedimenti di *lockdown* nazionale non impongono una radicale operazione di *reframing*.

Il “virus” che viene dalla Cina sembra – prima dell’inizio della vera e propria “Fase 1” – semplicemente una minaccia lontana, e le possibilità che l’epidemia scoppi in Europa o in Italia sono descritte come remote e scongiurate dai primi, inefficaci provvedimenti, come quello che impone semplicemente la chiusura dei voli diretti dalla Cina. Già dalla seconda metà di gennaio, le *news* nazionali iniziano a coprire il caso del “misterioso virus” che si diffonde in Cina, confinandolo per lo più a notizia “di esteri”, ovvero relativa a una particolare regione della nazione cinese.

Qualche accelerazione si osserva fra il 20 e il 21 gennaio quando il principale notiziario nazionale, il Tg1 delle 20.00, fa passare il tema del virus dalla settimana alla prima notizia in sommario, in relazione alla progressiva diffusione “da uomo a uomo” della malattia. Negli ultimi dieci giorni del mese, i virologi iniziano a essere consultati dall’informazione televisiva: Ilaria Capua è interpellata dal Tg1 già il 21 gennaio, e sarà poi una presenza costante sia nelle *news* che in vari programmi di approfondimento. Domenica 26 gennaio il virus raggiunge il talk show, col virologo Roberto Burioni che è fra gli ospiti di Fabio Fazio a “Che tempo che farà”, l’anteprima del programma su RaiDue. Burioni, come poi i diversi ospiti che si susseguono da Fazio nelle settimane successive (lo stesso Presidente del Consiglio Giuseppe Conte, dopo i casi di Codogno e Vo, il 23 febbraio), tendono a essere tranquillizzanti e a ribadire l’idea di un “virus lontano”: anche se il Coronavirus ha una propagazione veloce e la Cina è intanto entrata in quarantena – spiega il virologo – “in Italia non è arrivato, e occorre non diffondere il panico e non agitarsi ai primi sintomi di influenza”, evitando invece i viaggi in Cina.

Il distanziamento simbolico del “misterioso virus” confinato alla Cina, o alle zone vicine, caratterizza il trattamento televisivo del Covid-19 per tutte le settimane successive fino all’inizio vero e proprio della “Fase 1”. Con la scoperta dei primi casi lombardi e veneti, il 21 febbraio, la rilevanza del virus nel suo trattamento televisivo cambia radicalmente. Come rilevato da Osservatorio di Pavia, “nel weekend del 21-23 febbraio, coinciso con le prime allarmanti notizie sui contagi e con l’assalto ai supermercati, i notiziari hanno dedicato uno spazio estremamente ampio all’argomento: l’82,5% sul totale. Nel weekend successivo, invece, i toni si fanno meno allarmistici e cala anche il tempo e il numero di notizie sull’emergenza, attestandosi al 58% sul totale” (Osservatorio di Pavia 2020).

Se l’importanza della notizia della trasmissione del virus in Italia monopolizza da questo momento l’informazione, stravolgendo completamente l’agenda dei notiziari e di molti programmi di approfondimento, la televisione continua a inquadrare il Covid-19 facendo oscillare ampiamente il pendolo delle interpretazioni, di nuovo fra “normalizzazione” della notizia e allarmismo, rispecchiando sostanzialmente un dibattito ribollente nell’opinione pubblica e su tutti i media. Il Covid-19 sembra, in altre parole, poter essere trattato allo stesso modo delle tante notizie e temi in agenda che caratterizzano il dibattito dei talk show di approfondimento politico, con opinioni fra loro contrapposte. A fronte di un progressivo moltiplicarsi delle presenze dei virologi che propendono per la serietà e la gravità della situazione, opinionisti assai meno competenti in materia propongono tesi contrapposte e sostanzialmente minimizzanti (che rispecchiano l’idea che “il virus non sia più pericoloso di un’influenza”).

Ma è lo stesso mezzo televisivo che, all’inizio del mese di marzo, sembra fare un salto oltre una modalità di tratta-

mento della notizia – quella tipica del talk – che pare ingabbiare gli spettatori in questa indecidibile oscillazione nella quale le opinioni sembrano intercambiabili. Mentre sui media *mainstream* – ma anche nei social – sembra prevalere la posizione più scettica e “negazionista”, anche veicolata da alcune poco comprensibili iniziative e prese di posizione da parte della politica nazionale e locale (riassumibili nello slogan “#Milanononsiferma”, rilanciato via Facebook dal sindaco del capoluogo lombardo), all’inizio del mese di marzo proprio la televisione sposta progressivamente l’attenzione su quanto sta accadendo negli ospedali della Lombardia sempre più in sofferenza per il crescente afflusso di pazienti Covid-19 con sintomi gravi o gravissimi. Accanto alla discussione spesso inconcludente della formula *talk*, è il linguaggio dell’inchiesta a ri-definire radicalmente il quadro con cui si discute di Covid. Colpisce molto il pubblico nazionale l’inchiesta proposta dal programma *Piazzapulita* su La7 il 5 marzo intitolata “Coronavirus, dentro il reparto di terapia intensiva”: se l’audience complessiva della puntata non si discosta dalla sua media nel periodo (1.104.000 spettatori, 5,6% di share), l’inchiesta firmata da Alessio Lasta sembra generare una fruizione on-demand, sul sito del programma, davvero insolita. Il video dell’inchiesta risulta in pochissime ore quello più visto da quando Auditel ha attivato la rilevazione della cosiddetta “Total Audience” (ovvero la fruizione online differita dei contenuti televisivi), con tre milioni e mezzo di visualizzazioni in ventiquattro ore, che arrivano a quasi sei milioni nei giorni successivi. L’inchiesta di Lasta rappresenta un caso dal punto di vista dell’analisi dei consumi televisivi: in poche settimane il suo ascolto medio on-line (AMR-D) raddoppia rispetto all’ascolto “lineare”, “aggiungendo” a quella porzione di programma 2.256.000 spettatori (ovvero device) medi.

L’approdo al linguaggio dell’inchiesta dalle terapie intensive della Lombardia segna una generale ridefinizione

della situazione da parte del mezzo televisivo, che in qualche modo accompagna il passaggio al secondo momento, quello segnato dall'inizio della quarantena nazionale.

Lo shock: dalla “guerra” al destino comune

Nelle drammatiche settimane che vanno dal 9 marzo e che arrivano fino alla fine del mese, l'effetto della quarantena incide profondamente sui consumi televisivi, come si è visto nel Grafico 1. Il mezzo televisivo riscopre la sua centralità di *medium* domestico e familiare, terreno di condivisione fondamentale per strutturare il tempo libero passato nelle abitazioni, come testimoniato dal dato relativo al *co-viewing*, la visione che include più membri della *household*, che cresce del 12% proprio a marzo e coinvolge in particolare individui di età superiore a 45 anni e individui con età inferiore a 45 anni (prevalentemente genitori e figli). Ma in questa fase è soprattutto uno il dato eclatante: la crescita esorbitante della “quota d'ascolto” del macro-genere informazione (che include sia notiziari che programmi di approfondimento) rispetto agli altri generi (come fiction, che mantiene la propria quota d'ascolto, o intrattenimento, che è generalmente penalizzato dal blocco delle produzioni e dal ricorso prevalente a repliche).

In relazione ai sette canali generalisti, la quota d'ascolto ponderata per tempo di visione vede una crescita sostanziale dell'informazione che caratterizza i primi tre mesi del 2020 rispetto allo stesso periodo del 2019 (dal 29,7% del 2019 al 32,3% del 2020). Ma è soprattutto a cominciare dall'inizio del *lockdown* nazionale che la quota dell'informazione mostra il suo scostamento più rilevante. Di nuovo, i grafici del sismografo televisivo sembrano del tutto sovrapponibili: come già il consumo di televisione in generale, anche la quota di informazione (che rispecchia una ricerca di notizie e approfondi-

menti) tocca un picco nella settimana compresa fra il 22 e il 29 di marzo, superando il 45%. In altre parole, gli italiani consumano porzioni crescenti di televisione (arriviamo, come si è detto, a toccare le sei ore quotidiane) e privilegiano la funzione informativa del piccolo schermo, che è certamente affiancato ad altre fonti informative (quotidiani, web, social), ma cui pare accordato un sostanziale privilegio.

In questo quadro di crescente domanda di informazione affidabile, i telespettatori poi privilegiano alcuni appuntamenti televisivi che si configurano sia come rituali ricorrenti sia come degli “eventi mediali”. Fra i primi, senz’altro le edizioni principali dei maggiori telegiornali, in particolare della sera e dell’ora di pranzo, con picchi molto accentuati nel fine settimana: nel periodo analizzato, per esempio, il Tg1 della sera raccoglie nella settimana 7.500.000 spettatori medi, con un incremento di 2 milioni e 200mila spettatori rispetto all’anno precedente; durante i weekend l’ascolto del notiziario istituzionale della Rai raggiunge una media di quasi 8 milioni di spettatori, con punte di 9 milioni e mezzo. Sono soprattutto gli spettatori giovani e adulti a mostrare indici di crescita più rilevanti nel consumo delle *news* in questo periodo. Fra quelli che potremmo annoverare fra gli “eventi mediali”, le emissioni più attese e di maggiore ascolto nel periodo, come l’edizione straordinaria del Tg1 del 9 marzo (colla diretta di Conte che annuncia il *lockdown*, 10.780.000 spettatori) o come la diretta della Preghiera *Urbi et Orbi* di Papa Francesco, che raccoglie sulla sola Rai uno 8.625.000 spettatori medi, per raggiungere però 17.400.000 spettatori se si sommano gli ascolti delle nove reti che trasmettono da piazza San Pietro (le principali reti generaliste, Tv2000 e i canali *all news*).

Dal punto di vista dei *frame* retorici adottati dalla tv per raccontare il Covid-19, questo secondo momento,

come si è anticipato, segna una svolta: abbandonata o resa meno rilevante la logica della contrapposizione fra opinioni tipica del *talk* nel periodo dello “scetticismo”, la tv sposa per lo più lo sguardo dell’inchiesta dal campo, assumendo spesso il punto di vista degli operatori in prima linea, medici e personale sanitario. La metafora più ricorrente è quella della “guerra”, combattuta nelle prime linee degli ospedali ma anche nelle retrovie delle case di tutti i cittadini, cui viene chiesto lo sforzo della quarantena. La grande attrattiva dei consumi ritualizzati (anche non di informazione, come testimoniano i dati boom della fiction medica “Doc. Nelle tue mani”, in onda su Raiuno) manifesta la grande esigenza di partecipazione a una “comunità immaginata” (Anderson 1996) che si trova compatta a combattere la battaglia: le parole del Pontefice sul “destino comune” che risuonano da S. Pietro nelle case di oltre diciassette milioni di persone esprimono perfettamente il sentire diffuso nel momento più buio dell’emergenza, col picco di contagi e di morti.

La lunga attesa: resistere, convivere, ripartire

Nel corso del mese di aprile consumi e racconto televisivi cambiano ancora una volta. La curva del consumo di televisione torna a scendere sotto la soglia dei 350 minuti medi al giorno (ovvero sotto le 6 ore), e anche l’attenzione trasversale e diffusa per i contenuti di informazione, e per i telegiornali in particolare, si attenua. Le medie dei principali notiziari della sera, infatti, si abbassano in modo evidente (ad aprile, per esempio, il Tg1 della sera è seguito mediamente da 6.767.000 spettatori, con solo 700mila spettatori in più rispetto all’anno precedente). Di converso, però, nel corso del mese sembra riaccendersi una più viva attenzione su quei luoghi televisivi di confronto delle idee che sono in grado di dare meglio forma alle preoccupazioni.

pazioni degli italiani: superata la fase più buia e drammatica, come resistere ora al virus? Come conviverci? Come ripartire? Queste ultime settimane della “Fase 1” – punteggiate da una serie di ricorrenze religiose (la Domenica delle palme, la Via Crucis, la Pasqua) e civili (la Liberazione, il 1° Maggio) – sembrano dipanarsi all’insegna di una lunga attesa, che riapre il dibattito politico sulla preparazione per affrontare la “Fase 2”. Alcuni luoghi televisivi tornano ad essere il terreno privilegiato per l’articolazione del discorso pubblico sulla ripartenza, con diversi fuochi d’attenzione: le misure da adottare una volta finita la quarantena per evitare una “ricaduta”, la crisi economica e le negoziazioni con l’Europa, l’emergenza per chi è rimasto senza lavoro e senza risorse. E’ proprio in quest’ottica – anche a partire da una riaccensione talvolta piuttosto vivace del dibattito politico a livello nazionale – che talk come *8 e mezzo* (2.500.000 spettatori medi ad aprile, +832.000 spettatori medi rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente), *#Cartabianca* (1.346.000 spettatori, +223.000 rispetto allo scorso anno), *Di martedì* (1.772.000 spettatori, +355.000 spettatori rispetto allo scorso anno), *Quarta Repubblica* (1.734.000 spettatori, +924.000 spettatori rispetto allo scorso anno), *Porta a porta* (1530.000 spettatori, +645.000 spettatori rispetto allo scorso anno), *Stasera Italia* (1.495.000 spettatori, +625.000 spettatori rispetto allo scorso anno), *Fuori dal coro* (1.441.000 spettatori medi), *Dritto e rovescio* (1.590.000 spettatori medi, +785.000 spettatori rispetto allo scorso anno) e altri ancora hanno rimesso al centro dell’attenzione il futuro ormai prossimo della “Fase 2”.

Il 26 aprile, tutte le principali testate giornalistiche trasmettono il messaggio in diretta del Presidente del Consiglio Giuseppe Conte sulle misure per la “Fase 2”; il Tg1, da solo, catalizza gran parte dell’attenzione con 10.674.000 spettatori medi per un’edizione che dura qua-

si un'ora. Si tratta della seconda singola emissione più seguita dopo l'edizione straordinaria del *lockdown* del 9 marzo. La lunga attesa generata nel corso del mese anche dal dibattito televisivo sembra arrivata a conclusione. In realtà, però, una comunicazione istituzionale piuttosto confusa e carente di dettagli importanti (nel discorso di Conte mancano i riferimenti ai tamponi e all'uso della app per il tracciamento dei positivi, mentre risultano ambigue diverse norme che riguardano gli spostamenti delle persone, come quella che prevede di potersi "muovere per incontrare congiunti") riaccende un grande e acceso dibattito che rimpalla dal teleschermo ai social e agli organi di stampa, per essere nuovamente messo in forma e ulteriormente propagato dai principali *talk* e programmi di approfondimento. In forme certamente diverse rispetto alla fase più acuta dell'emergenza, il mezzo televisivo conferma il suo ruolo di grande catalizzatore e volano di discorsi e quadri interpretativi, tanto efficaci (o potenzialmente dannosi) perché veicolati da una televisione tornata veramente centrale nel panorama mediale degli italiani.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

B. Anderson, *Comunità Immaginate. Origini e fortuna dei nazionalismi*, Manifestolibri, Roma, 1996

D. Dayan - E. Katz, *Le grandi cerimonie dei media. La storia in diretta*, Baskerville, Bologna 1993.

A. Giddens, *Le conseguenze della modernità*, Il Mulino, Bologna, 1994.

R. Silverstone, *Televisione e vita quotidiana*, Il Mulino, Bologna, 2000.

PAOLO CARELLI E NICOLETTA VITTADINI¹

Social-virus. Piattaforme, istituzioni e hashtag durante la pandemia

L'emergenza causata dalla diffusione del Covid-19 e le conseguenti misure adottate sull'intero territorio nazionale hanno trovato nei social media un terreno di racconto e rappresentazione florido e interessante. Sospeso tra l'esigenza di indirizzare l'informazione verso i canali ufficiali evitando le fake news e la creatività di una popolazione di utenti "costretta" nelle proprie case (e quindi, ancora di più connessa ai propri devices), il mondo delle piattaforme social è spesso diventato crocevia di strategie comunicative istituzionali e rappresentazioni dal basso, luogo di discussione capace non solo di interpretare il dibattito quotidiano, ma di anticiparlo, di dettare l'agenda, di stimolare punti di vista molteplici, in bilico tra ironia e rabbia, solitudine e condivisione, nuove abitudini contingenti e necessità di immaginare il futuro.

Le piattaforme social e il Covid-19

Tutti coloro che si occupano di social media, o anche

¹ Il saggio è stato discusso congiuntamente dai due autori. La stesura dei paragrafi è così suddivisa: Nicoletta Vittadini ha scritto il paragrafo 1 e la parte relativa ai profili delle istituzioni nazionali del paragrafo 2, Paolo Carelli il paragrafo 3 e la parte relativa ai profili regionali del paragrafo 2. Introduzione e conclusioni sono state redatte in modo condiviso.

solo si interessano alla comunicazione digitale, ricordano il caso Cambridge Analytica. Forse ricordano anche l'espressione di Mark Zuckerberg durante le audizioni, mentre rispondeva alle domande incalzanti delle commissioni, dicendo che Facebook è una piattaforma il cui obiettivo è abilitare la comunicazione tra le persone, che la sua impresa produce solo codici di programmazione e software e non ha responsabilità sui contenuti.

Da allora, solo due anni fa, il rapporto tra le piattaforme social (intese come imprese) e i loro contenuti si è evoluto verso una maggiore consapevolezza della natura editoriale dei social media e della quantità di usi “non sociali” (informazione, intrattenimento) a cui sono sottoposti.

L'epidemia di Covid-19 ha imposto un'accelerazione a questo processo poiché sin da febbraio si è posto il problema della presenza – all'interno dei social media – di una grande quantità di notizie provenienti da fonti inaffidabili, e *fake news* che rischiavano di promuovere comportamenti dannosi per la salute.

In questa occasione, le piattaforme social hanno scelto di compiere azioni volte a migliorare la qualità dei contenuti relativi al Covid-19.

Nella fase iniziale (febbraio 2020) le piattaforme si sono mosse in modo autonomo. La scelta più significativa è stata compiuta da Twitter che – in accordo con il Ministero della Salute – ha da subito invitato gli utenti che ricercavano informazioni sul Covid-19, a consultare le pagine web del Ministero e si è impegnato a orientare gli algoritmi di visualizzazione dei risultati in modo che i primi profili visibili agli utenti che cercavano la parola “Covid” fossero fonti affidabili.

TikTok e Pinterest hanno fatto scelte differenti, mettendo al centro (a febbraio) l'attività creativa dei loro utenti che venivano invitati – in entrambi i casi – a con-

sultare siti e fonti attendibili prima di produrre contenuti che avessero come tema il Covid-19.



Fig. 1 Twitter - Risultato di ricerca "Covid-19" - 12 febbraio 2020



Fig. 2 TikTok - Risultato di ricerca "Covid-19" - 12 febbraio 2020

In questa prima fase, Facebook ha messo in campo una parte della task force che si stava già costituendo per arginare il fenomeno complessivo delle fake news. Come descritto da Kang-Xing Jin, capo della divisione sanità del social, l'obiettivo è: "cancellare post con contenuti pericolosi, cercando di indirizzare i lettori ai siti con le notizie corrette [anche attraverso] gli hashtag che promuovono fake news tramite foto su Instagram"².

² SkyTg24, "Coronavirus, Facebook rimuoverà post e video contenenti fake news", 1 febbraio 2020.

Anche se con strategie diverse, tutti i social media hanno “preso la parola”, nel dialogo con i loro utenti, per orientarli verso un’informazione affidabile e sono anche intervenuti sul funzionamento degli algoritmi in modo da rendere più visibili le fonti più affidabili.

Con il tempo, e la diffusione dell’epidemia su scala mondiale, l’azione delle piattaforme si è resa progressivamente più omogenea. Tutte le piattaforme hanno sviluppato una propria offerta editoriale sul tema Covid-19. Una selezione e aggregazione di contenuti che provengono da fonti istituzionali (il Ministero della Salute, l’OMS, l’Istituto Superiore di Sanità ecc.) o da testate giornalistiche (quotidiani e canali all-news). Twitter propone “Aggiornamenti sulla situazione Covid-19”, selezione di articoli, informazioni e *guidelines* delle principali istituzioni e testate. Facebook il proprio “Centro informazioni sul Covid”, auto-definito come “elaborazione di una sezione specifica di Facebook News, ovvero dell’attività di un team di giornalisti esperti di diversi settori assunti da Facebook con l’obiettivo di fornire una panoramica di notizie pubblicate da quelle che vengono definite fonti affidabili”. Lo stesso modello è proposto da TikTok e Pinterest con sezioni che propongono contenuti e fonti per un approfondimento tematico in un contesto “sicuro” rispetto alle *fake news*.

Queste iniziative definiscono i social media come fonti informative, che propongono aggregatori editoriali propri. Una trasformazione che andrà osservata anche oltre l’epidemia di Covid-19.

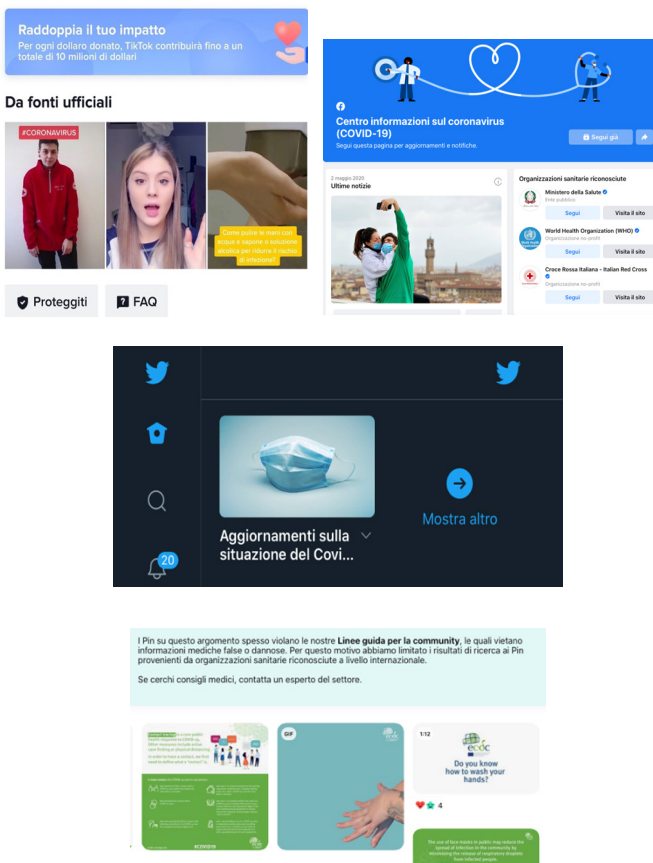


Fig. 3 TikTok; Facebook; Twitter; Pinterest - Risultato di ricerca "Covid-19" - 30 aprile 2020

Le campagne social delle istituzioni

Le stesse "fonti affidabili" di carattere istituzionale proposte dalle piattaforme social nelle loro aggregazioni di contenuti relativi al Covid-19 hanno utilizzato ampiamente i social media (soprattutto Facebook e Instagram) come strumento

di comunicazione con i cittadini. In particolare, il Ministero della Salute, l'Istituto Superiore di Sanità, il Dipartimento della Protezione Civile, la Croce Rossa Italiana e – spesso a supporto delle altre istituzioni nella comunicazione attorno al Covid-19 – La Presidenza del Consiglio dei Ministri.

I temi che caratterizzano i piani di comunicazione di questi soggetti comprendono una fitta narrazione: dell'impegno sul campo (medici, volontari, operatori); dell'identità dell'istituzione; dell'evolvere all'epidemia attraverso un'informazione costante sul numero dei contagi e sulle caratteristiche della sua diffusione.

Oltre a questi temi sono presenti campagne di comunicazione specificamente rivolte ai cittadini con la finalità di informarli su quelli che – mese per mese – sono stati ritenuti gli aspetti fondamentali della gestione dell'epidemia.

Per intenderci, facciamo riferimento a tutte quelle iniziative di comunicazione che utilizzano testi e infografiche per sintetizzare alcune informazioni essenziali rivolte ai cittadini, sul modello delle molte campagne della WHO (o OMS).

La ricostruzione di queste campagne permette di raccontare come – da gennaio ad aprile 2020 – il rapporto tra cittadini e Covid 19 sia stato raccontato attraverso una forma di narrazione collettiva a tappe.

Innanzitutto, va sottolineato che ci troviamo di fronte a molte micro-campagne di comunicazione che durano al massimo tre, quattro settimane. Certamente l'evolvere repentino della situazione non ha consentito di pianificare strategie a lungo termine. Abbiamo di fronte, quindi, un racconto molto frammentato.

In secondo luogo, si tratta di campagne a volte condive tra le diverse istituzioni, ma più spesso costruite in parallelo (per comunicare gli stessi contenuti) dai diversi soggetti. Siamo di fronte, quindi, a una moltiplicazione delle voci e delle forme.

Infine, ultima premessa, possiamo dire che quasi tutti i

soggetti considerati hanno una presenza sia su Facebook, sia su Instagram (tranne ISS e Presidenza del Consiglio dei Ministri che sono presenti solo su Facebook).

Analizzando le tematiche su cui si sono concentrate le campagne di comunicazione istituzionali sul Covid-19 scopriamo, come si è detto, un racconto per grandi fasi (e temi) dell'epidemia.

Le prime campagne compaiono a fine gennaio sui profili del Ministero della Salute, di Croce Rossa e di Protezione Civile. Il tema è il viaggio. Le campagne sono mirate a un target preciso, quello dei viaggiatori, che devono adottare comportamenti per la quarantena, per i viaggi all'estero e anche per gestire i sintomi nel caso siano venuti in contatto con paesi o persone a rischio. L'epidemia per tutto il mese di gennaio resta un problema di chi vive in prima persona la globalizzazione.



Fig. 4 Croce Rossa Italiana - Instagram - 21 gennaio 2020

Nella prima metà di febbraio il tema è il *protocollo*. Le campagne mirano a informare sulle procedure da seguire, i numeri da chiamare in caso di contagio. Sono a sostegno della relazione tra il singolo malato e le istituzioni sanitarie a cui è delegata la cura.

Dalla metà di febbraio (qualche accenno è presente anche prima) emerge anche il tema dell'impegno attivo dei cittadini nella *prevenzione* (per cui si forniscono le regole). Le routines della vita quotidiana vengono modificate dalla presenza del Covid-19 e si chiede alle persone di attenersi a diversi decaloghi (del Ministero della Salute, della Croce Rossa) o istruzioni (dell'ISS).



Fig. 5 Ministero della Salute - Facebook - 17 febbraio 2020

Vengono proposti, poi, contenuti che promuovono la *conoscenza* del Covid-19. Per esempio, le campagne (che proseguono anche nella prima parte di marzo) che mirano a spiegare le caratteristiche del virus. Sia attraverso il meccanismo dell'offerta di risposte corrette alle “domande più frequenti” (Croce Rossa Italiana), sia attraverso un'attività di debunking sulle possibili cure e forme di contagio (Ministero della Salute, ISS).



Fig. 7 Ministero della Salute - 19 febbraio 2020

Se fino all’inizio di marzo le campagne hanno messo al centro il virus, le sue caratteristiche, le forme di prevenzione, dopo il 10 marzo l’attenzione si sposta sui cittadini e sull’ulteriore evoluzione della loro vita quotidiana. Il tema diventa la *protezione*. Questa protezione viene espressa attraverso la metafora della porta oltre la quale si vuole chiudere il virus restando a casa (la campagna del Ministero della Salute e del Dipartimento della Protezione Civile “Lascia il virus fuori dalla porta” viene ripresa da tutte le istituzioni). La completano le campagne informative che illustrano il DPCM del 10 marzo. Significativi sono i titoli delle campagne del Dipartimento della Protezione Civile: “#iorestoacasa” e “Vogliamoci bene”.



Fig. 8 Ministero della Salute - Protezione Civile - 9 marzo 2020

Oltre alla ripresa delle istruzioni per limitare il contagio (protezione di sé), sono presenti anche campagne che invitano alla solidarietà (alla protezione degli altri). Ne sono esempi la campagna “Aiuta i tuoi vicini” (ripresa nei profili di tutte le istituzioni considerate) e la campagna della Croce Rossa Italiana che si distribuisce tra il 19 e il 30 marzo con tre post intitolati “Be Kind”; “Be Safe”; “Be Smart”.





Fig. 9 Croce Rossa Italiana - Facebook - 19-30 marzo 2020

Dalla fine di marzo alcune istituzioni iniziano ad essere meno attive nell'ideazione e distribuzione di campagne di comunicazione (Croce Rossa Italiana e Dipartimento della Protezione Civile) e si concentrano sul racconto delle proprie attività o dell'evoluzione dei contagi. Le istituzioni che promuovono ancora campagne di comunicazione mettono a tema la *quarantena*. Il Covid-19 non è più il tema centrale, lo sono le persone la cui vita quotidiana è stata sospesa e il loro engagement (#resistiamoinsieme). Le campagne tornano ad essere focalizzate sull'offerta di istruzioni su come gestire la permanenza forzata a casa (dall'esercizio fisico, al contatto con gli anziani, alla spesa e all'alimentazione, alla pulizia delle case, all'uso "safe" dell'automobile

o di abiti e prodotti che vengono dall'esterno) o su come ottenere sostegno psicologico in caso di difficoltà (campagna di aprile ripresa da tutte le istituzioni).



Fig. 10 Ministero della Salute - Instagram - 8 aprile 2020

C'è ancora un'importante attività di debunking sulle forme di contagio, sui farmaci e le terapie (Ministero della salute e ISS) ma la malattia, le sue caratteristiche, le forme di diffusione sono oggetto delle informazioni amministrative dei bollettini quotidiani e non sono più al centro delle campagne di comunicazione.



Fig. 11 Istituto Superiore di Sanità - Facebook - 10 aprile 2020

Un approfondimento ulteriore meritano le strategie comunicative messe in campo dalle istituzioni territoriali, che sin dall'inizio dell'emergenza hanno rappresentato un attore chiave sia nella gestione della crisi a livello locale, sia nell'implementazione di politiche sanitarie e sociali di contrasto e prevenzione alla diffusione del virus. In particolare, per le competenze specifiche in materia sanitaria e per la possibilità di emanare specifiche ordinanze riguardanti limitazioni ad alcune attività produttive e professionali, sono le Regioni gli enti locali che si sono trovati a fronteggiare l'emergenza agendo, in concerto o in contrasto, con il governo nazionale. La comunicazione sociale e istituzionale, l'utilizzo dei social, l'attivazione di campagne dedicate rappresentano un terreno curioso e privilegiato per osservare reazioni e priorità dei singoli enti locali, nonché gli stili, i linguaggi e i registri utilizzati.

Considerando l'entità della diffusione di contagi, ricoveri e decessi, si è deciso di soffermare l'attenzione sulle regioni che più hanno sofferto la diffusione del virus (Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna e Piemonte), cercando di evidenziare gli approcci comunicativi prevalenti da parte di ciascuna di esse.

La Regione Lombardia, in assoluto il territorio più colpito, ha scelto una comunicazione di tipo persuasivo: le campagne principali in questo senso, infatti, hanno voluto insistere sulla responsabilità del cittadino, chiamandone in causa comportamenti e accortezze. I due slogan più utilizzati da Regione Lombardia sono stati "Tutela te. Proteggi gli altri" e "Se ti vuoi bene...", quest'ultimo declinato di volta in volta su una serie di azioni preventive specifiche (es. "Se ti vuoi bene mantieni la distanza"; "Se ti vuoi bene lavati le mani"; "Se ti vuoi bene rimani a casa"), spesso accompagnati dall'hashtag #fermiamoloinsieme. Il senso di tali messaggi è quello di indirizzare i cittadini verso comportamenti corretti in un'ottica di doppia

precauzione: verso se stessi e verso gli altri, in particolare le categorie più deboli.

La campagna “Se ti vuoi bene” e “Tutela te” di Regione Lombardia



Fonte: www.regione.lombardia.it - 2 maggio 2020

Sempre orientata al cittadino quale destinatario finale, ma costruita su una retorica e un registro differenti, è la comunicazione istituzionale della Regione Veneto; il messaggio più utilizzato è stato “Combatti il coronavirus con...”, anche in questo caso diversificato secondo varie matrici (“Combatti il coronavirus con la distanza”; “Combatti il coronavirus con la consapevolezza”; “Combatti il coronavirus con la solidarietà” e così via). La scelta comunicativa di Regione Veneto sposa una retorica bellica che è stata una delle narrazioni informative prevalenti sui media mainstream (e non solo), in un’ottica di “chiamata alle armi” dei cittadini contro un nemico invisibile e irriducibile. Anche qui, il messaggio è spesso accompagnato da indicazioni pratiche e concrete sulle azioni da evitare o da mettere in campo (es. “Evita l’uso promiscuo di bottiglie e bicchieri”).

La campagna “Combatti il coronavirus” di Regione Veneto



Fonte: www.regione.veneto.it - 2 maggio 2020

La Regione Piemonte privilegia, invece, un approccio di tipo identificativo, giocando sulla logica dell'immedesimazione. I messaggi istituzionali più diffusi, in questo senso, sono costruiti puntando sulla prima persona singolare secondo un meccanismo di responsabilizzazione consapevole e non direttiva; la campagna “Io sono responsabile” è stata, come nei casi precedenti, declinata in direzioni diverse che hanno accompagnato lo slogan principale (“Resto a casa ma rimaniamo connessi”; “Sono anziano e amo la vita”), invitando poi a uno sforzo condiviso solo nel claim finale (“Insieme possiamo fermarlo”).

La campagne “Io sono responsabile” di Regione Piemonte



Fonte: www.regione.piemonte.it - 2 maggio 2020

Infine, la comunicazione della Regione Emilia-Romagna è quella che più di tutte ha fatto leva su un approccio collettivo: le campagne “Insieme si può” e “Restiamo a casa” hanno caratterizzato la linea comunicativa dell’ente, evidenziando una prospettiva di contrasto al coronavirus non incentrata unicamente sui comportamenti individuali, ma su un’idea più ampia e complessiva di comunità.

La campagne di Regione Emilia-Romagna.



Fonte: www.regione.emilia-romagna.it - 2 maggio 2020

Retoriche, narrazioni e contro-narrazioni della comunicazione social

L'emergenza Covid-19 ha inoltre avuto, sin dall'inizio della crisi, una dimensione di narrazione *social* dal basso, legata ai commenti e ai discorsi generati dagli utenti, che si è strutturata in molteplici direzioni: hashtag, meme e video virali, condivisione di informazioni ufficiali e circolazione di fake news hanno rappresentato le modalità prevalenti di un racconto che, da un lato, è andato "a rimorchio" della comunicazione mainstream e istituzionale e dall'altro ha anticipato tendenze, punti di vista, prese di posizione divenuti poi con il passare dei giorni patrimonio più esteso e ampiamente condiviso anche al di fuori dell'ecosistema dei social media.

In questo senso, tentare di ricostruire l'evoluzione di questa narrazione "alternativa" è un'operazione che può rivelarsi utile per restituire, almeno in parte, il polso di una nazione alle prese con un'improvvisa trasformazione di stili e priorità di vita, che si è trovata a riversare sui social quella complessa mescolanza di emozioni, ansie, dolori e speranze, mai come oggi così collettivi e diffusi.

Da un'osservazione diacronica del fenomeno, emergono alcune retoriche narrative ricorrenti, spesso coincidenti con quanto avvenuto sui media più tradizionali, ma allo stesso tempo declinate secondo prospettive e linguaggi tipici dei social media, in bilico tra ironia e critica violenta e radicale. Post e commenti degli utenti si sono progressivamente consolidati intorno ad hashtag prevalenti, veri e propri *topoi* narrativi³ virali capaci di circolare massiccia-

³ Sull'idea degli hashtag come topoi narrativi e nodi tematici delle conversazioni tra utenti sui social media, si veda tra gli altri Said, Z. H. – Silbey, J., "Narrative Topoi in the Digital Age", *Journal of Legal Education*, 68(1), 2018, pp. 103-114.

mente, aggregare pubblici sempre più vasti, modulare la partecipazione online e contribuire in maniera rilevante alla definizione dei tratti più evidenti dell'informazione in questo periodo di crisi.

Pur condividendo lo sfondo di un impianto comunicativo che ha alternato narrazioni di tipo epidemiologico (i dati e la “contabilità” dei contagi e delle vittime, le caratteristiche del virus, le contromisure sanitarie), securitario (le misure restrittive, le sanzioni, l'individuazione dei “capri espiatori”) emotivo (la tenuta psicologica della popolazione, la condivisione del dolore, l'empatia con gli operatori) e amministrativo (le conseguenze economiche, le responsabilità politiche, le ricadute territoriali), il racconto della crisi sui social media ha assunto peculiarità che possiamo provare a riassumere lungo due direttrici: una di tipo *relazionale-sociale*, che va da un approccio alla crisi *individuale* a uno *corale*, e una seconda di tipo *temporale*, che oscilla tra un racconto *contingente* e uno *proiettivo*, orientato a quello che succederà una volta terminata l'emergenza.

Si possono così evidenziare almeno quattro nuclei tematici di racconto *social* dell'emergenza, quattro prospettive differenti in grado anche di segnare inerzie e discontinuità di questa rappresentazione. Un primo approccio è quello che potremmo definire *domestico*, e che si struttura intorno a una dimensione individuale e contingente; si tratta di un racconto che si è manifestato prevalentemente nell'hashtag #iorestoacasa, e successivamente nelle sue varianti internazionali (#istayhome), tematiche (#iocucinoacasa, #ioleggoacasa) o “celebrative” (#pasquacasa, #pasquarantena, #25aprileacasa). È una prospettiva che è cresciuta soprattutto in seguito alle prime misure restrittive di impatto nazionale e che restituisce l'idea di una sensibilizzazione più ampia, del tentativo di sconfiggere una minaccia esterna e di un'enfatizzazione della distinzione

tra pubblico e privato, con un'esibizione (spesso ironica) della dimensione intima e domestica.

Un secondo approccio, che potremmo chiamare *em-patico*, si posiziona tra una dimensione contingente e una corale e ha funzionato, sin dall'inizio della crisi, lungo diverse direttrici: da un lato, come strumento per esorcizzare la paura dell'ignoto (#andratuttobene) e dall'altro come elemento di coesione nazionale e sociale (#distanti-mauniti, #weareitaly, #balconi) anche rispetto a iniziative spontanee come la proposta di cantare l'inno nazionale dalle proprie finestre. Ma ha assunto, nelle differenti fasi, anche funzioni diverse, come la necessità di stringersi intorno e manifestare vicinanza agli operatori sanitari impegnati nel contrasto al virus (#mediceroi) oppure, come avvenuto in alcuni territori nei primi giorni della crisi, il bisogno rivelatosi poi clamorosamente inattuabile, di proseguire la normalità della vita di tutti i giorni (#milano-nonsiferma, #bergamoisrunning).

Il terzo approccio, che chiameremo *motivazionale*, incrocia la dimensione corale con quella proiettiva. Si tratta naturalmente di retoriche narrative e comunicative consolidate solo nell'ultima fase dell'emergenza e che prospettano il ritorno alla normalità, la progressiva fuoriuscita dalle restrizioni e la necessità di uno sguardo comune a quel che accadrà, consapevoli di sfide e timori che ci riguardano collettivamente (#celafaremo, #torneremoaviaggiare, #neusciremoinsieme). Nei giorni immediatamente successivi all'annuncio delle regole per la cosiddetta "fase 2", inoltre, è stata registrata la diffusione di un hashtag dal valore polemico come #torniamoliberi, a significare una lettura da parte di molti utenti di restrizioni considerate ancora troppo ampie e coercitive.

Infine, un quarto approccio, che chiameremo *aspirazionale*, si situa tra una dimensione individuale e una pro-

iettiva. Si tratta di una prospettiva ancora difficile da registrare, perché impatta sull'imprevedibilità e incertezza dei singoli nella "fase 2". E' un tipo di racconto che oscilla tra un generico sentimento di "liberazione" (#ioesco) e uno sguardo rivolto al futuro carico di speranza e immaginazione, ben esemplificato da un hashtag che ha preso piede soprattutto su Instagram, come #poivorrei. Allo stesso tempo, tuttavia, si registra anche una visione più preoccupata, in particolar modo in ambito professionale: un esempio, in questo senso, è l'hashtag #iononriapro lanciato da alcune categorie di lavoratori autonomi per segnalare il disagio di un prolungamento della chiusura della propria attività.

Conclusioni

La comunicazione attraverso i social media ha proposto un racconto dell'epidemia di Covid-19 che ha accompagnato la vita quotidiana degli utenti. Piattaforme social, istituzioni e media hanno interagito in modo quasi inedito nello sforzo di arginare la diffusione di informazioni inaffidabili. Questo sforzo congiunto ha assunto la forma di aggregatori tematici proposti dai social media il cui futuro è ancora tutto da scoprire.

Le campagne di comunicazione e gli hashtag che hanno caratterizzato il racconto dell'epidemia hanno offerto una serie di chiavi di interpretazione del rapporto con il Covid-19 che lo ha raccontato come sempre più vicino (da problema dei viaggiatori a qualcosa da cui difendersi nella propria abitazione), ma anche come sempre più collaterale (da oggetto di prevenzione e protezione a causa di una quarantena da gestire al meglio).

L'epidemia di Covid-19 è stata infine una palestra di modelli di comunicazione tra cittadini e istituzioni. Si sono alternate chiavi responsabilizzanti (che hanno trova-

to riscontro anche gli hashtag di maggiore successo), chiavi solidaristiche (altrettanto citate e riprese nella comunicazione dal basso). Quasi esclusivo appannaggio della comunicazione attraverso negli hashtag è stata invece la dimensione proiettiva (motivazionale e aspirazionale) capace di far immaginare il futuro prossimo.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

G. Boccia Artieri - L. Gemini- F. Pasquali - S. Carlo - M. Farci - M. Pedroni, *Fenomenologia dei social network. Presenza, relazioni e consumi mediali degli italiani online*. Guerini, Milano 2017.

J. Van Dijk - T. Poell - M. De Waal, *Platform Society. Valori pubblici e società connessa*, Guerini, Milano 2019.

N. Vittadini, *Social media studies. I social media alla soglia della maturità: storia, teorie, temi*, FrancoAngeli, Milano 2018.

LUCA G. CASTELLIN E DAMIANO PALANO

I leader e la paura: la comunicazione politica nei giorni del contagio

Uno stato eccezionale

Dinanzi all'irruzione dell'epidemia sulla scena globale, molti commentatori sono tornati a citare la vecchia frase di Carl Schmitt, secondo cui «sovrano è chi decide sullo stato di eccezione». Probabilmente non siamo davvero di fronte a ciò che il giurista tedesco concepiva come *Ausnahmezustand*, ma solo all'attivazione di quei poteri di emergenza previsti in caso di necessità da molti ordinamenti costituzionali, e di cui negli ultimi decenni – specialmente in Italia – si è fatto un uso piuttosto spregiudicato. Ma non c'è dubbio che l'emergenza del Covid-19 abbia indotto gli esecutivi ad adottare decreti d'urgenza che hanno sospeso alcune cruciali garanzie costituzionali, con inevitabili ripercussioni anche sugli elementi di un assetto propriamente democratico. Superata la fase più drammatica dell'emergenza, i diritti e le procedure ordinarie saranno naturalmente ripristinati, e la 'sospensione' delle regole democratiche si rivelerà solo la temporanea conseguenza di decisioni adottate in base al classico principio per cui *salus rei publicae suprema lex*. Ciò nondimeno, l'esperienza della crisi globale che stiamo sperimentando lascerà tracce profonde sulle nostre società, sulle modalità operative dei governi e sulle dinamiche della comunicazione e della politica. E anche con l'obiettivo di

prevedere le direzioni future – per quanto possibile, in una fase in cui ancora non è chiaro quanto durerà la pandemia, quali saranno le aree direttamente coinvolte dal contagio e quale livello di letalità raggiungerà il virus – è utile riconsiderare le strategie di comunicazione adottate dalle autorità di governo (e in particolare dell'esecutivo italiano), oltre che la risposta dei cittadini nei primi mesi di crisi. Anche se naturalmente non è detto che proprio da questi dati possano giungere indicazioni risolutive per decifrare le tendenze di medio-lungo periodo.

I capi e gli scienziati

La *personalizzazione* della leadership attraverso le democrazie occidentali da più di tre decenni, ma l'esperienza della pandemia ha senza dubbio rafforzato anche sotto il profilo comunicativo la visibilità delle figure istituzionali incaricate della gestione della crisi sanitaria. In Italia il Presidente del Consiglio e i Presidenti delle regioni più coinvolte non hanno esitato a rivolgersi direttamente alla popolazione, utilizzando strumenti che – per quanto resi necessari dalla situazione – sono risultati in diversi casi limitativi dei diritti dell'opposizione e dell'equilibrio dell'informazione, specie nel caso in cui la tribuna istituzionale è stata utilizzata per una comunicazione più nettamente politica. I dati Agcom sul pluralismo politico-istituzionale (nel periodo 1-31 marzo 2020) evidenziano infatti una costante tendenza alla personalizzazione della leadership, fortemente acuita dalla crisi sanitaria. Le figure istituzionali – in particolare, il Presidente del Consiglio e il Presidente della Repubblica – hanno di fatto monopolizzato l'informazione televisiva sia all'interno dei telegiornali, sia all'interno dei programmi extra-Tg. Per quanto riguarda il «tempo di parola», ossia il tempo in cui il soggetto politico-istituzionale parla direttamente

in voce, Giuseppe Conte è infatti il soggetto istituzionale che è maggiormente intervenuto durante i telegiornali. E ciò vale tanto per i canali Rai (TG1: 32,85%; TG2: 11,22%; TG3: 15, 24%), quanto per quelli Mediaset (TG4: 20,03%; TG5: 31,70%; StudioAperto: 20,93%), oltre che per La7 (TGLa7: 32,75%), con una presenza stabilmente superiore a un terzo del totale in ciascuno dei telegiornali delle reti ammiraglie di ogni gruppo televisivo (RaiUno, Canale 5, e La7). Un discorso analogo, seppur con percentuali assai più basse, spiegabili anche con l'estrema riservatezza dell'attuale inquilino del Quirinale, può essere svolto per Sergio Mattarella. Il Presidente della Repubblica è la seconda figura istituzionale più attiva sia sulla Rai (TG1: 6,53%, TG2: 9,32%; TG3: 14,70%), sia su Mediaset (TG5: 11,56%; StudioAperto: 9,66%). Fanno eccezione il TG4 e il TGLa7, dove Mattarella è in entrambi i casi soltanto quarto, preceduto da Antonio Tajani e Giulio Gallera su Mediaset, e da Attilio Fontana e dallo stesso Gallera sulla rete di Urbano Cairo.

Parzialmente differenti sono invece le indicazioni provenienti dai canali All News, che molto probabilmente riflettono la maggiore attenzione dedicata alla zona più colpita dalla pandemia, ossia la Lombardia. Su RaiNews, Conte (26,72%), Gallera (7,34%) e Fontana (6,47%) sono le figure istituzionali più presenti sugli schermi. Mentre su TGCom24 Gallera (19,55%) supera di poco Conte (18,13%), più staccato in terza posizione si trova invece Fontana (7,40%). Un dato in linea con quello di SkyTG24 (Gallera: 28,39%; Conte: 19,01%; Fontana: 10,66%). Nei programmi di approfondimento extra-Tg, che sono comunque riconducibili alla responsabilità di una testata giornalistica, i dati relativi al «tempo di parola» sono assai meno omogenei. Accanto alla figura del Presidente del Consiglio, e – in misura assai inferiore – dell'Assessore alla Sanità e al Welfare della Lombardia,

viene data visibilità e parola sia ad altri governatori, come Luca Zaia e Stefano Bonaccini, sia ad esponenti dell'opposizione, Salvini e Meloni in particolare, oltre che a vari esponenti del Governo, evidenziando in tal modo come le specifiche *issues* trattate nei programmi siano state in grado di veicolare il passaggio televisivo di differenti personalità politiche e istituzionali.

La diffusione del Coronavirus si è inoltre accompagnata a una progressiva *depoliticizzazione* della comunicazione istituzionale. Autorità «tecniche», «scienziati» ed «esperti» sono entrati in modo massiccio all'interno delle *task force* governative o regionali, ma hanno anche assunto un ruolo centrale nella strategia comunicativa delle istituzioni, facendo peraltro ingresso nelle case di milioni di italiani attraverso il mezzo televisivo. Seguendo registri piuttosto differenti, l'esercito dei «competenti» si è ritagliato uno spazio specifico sia all'interno dei telegiornali, sia nei numerosi programmi a tema sul Covid-19. Per quanto attraverso i social media si diffondano ancora molte teorie cospirazioniste sull'origine e le cause di diffusione del contagio, la presenza di «scienziati» in televisione o sui quotidiani ha contribuito sicuramente a rivalutare il ruolo e la fiducia nella scienza, modificando non solo il rapporto tra «esperti» e cittadini, ma anche quello tra competenza e decisione politica. Ciononostante, la sovraesposizione mediatica ha visto alcuni questi «specialisti» entrare in polemica con colleghi, con risultati controproducenti sulla comprensione dei cittadini e sui comportamenti diretti al contenimento del contagio.

Dinamiche simili – soprattutto per quanto concerne la personalizzazione – hanno caratterizzato anche altri sistemi politici. Soprattutto all'inizio della crisi si è registrato un aumento del consenso per i leader in carica dei rispettivi Paesi. La pandemia ha sortito l'effetto conosciuto come *rally around the flag* (stringersi intorno alla ban-

diera), accrescendo la popolarità delle figure di governo. In momenti di grave crisi, come attentati terroristici o disastri naturali, è infatti piuttosto frequente che i cittadini rafforzino la fiducia nelle istituzioni che più rappresentano (o dovrebbero rappresentare) il sentimento di unità nazionale – il Governo – nella speranza che esse siano in grado di condurre rapidamente al di fuori della crisi. Secondo un sondaggio di Morning Consult per il Financial Times, tra l'11 marzo e il 14 aprile il gradimento di Boris Johnson (+18%), Justin Trudeau (+16%), Angela Merkel (+14%), Emmanuel Macron (+8%) è cresciuto nettamente nella prima fase della lotta contro il Coronavirus. Un dato che invece è assai più basso per Donald Trump (+3%) e addirittura negativo per Shinzo Abe (-3%). Come evidenzia l'Atlante politico di Demos & Pi, anche Giuseppe Conte, che non è presente nella rosa di leader testati dal Financial Times, tra febbraio e marzo avrebbe guadagnato quasi 30 punti percentuali, passando dal 44% al 71% di giudizi positivi nei sondaggi. Un balzo in avanti che è comunque alquanto precario, dal momento che – come mostrano nuove rilevazioni di Demos & Pi – il consenso verso il Presidente del Consiglio nel corso del mese di aprile subisce un calo significativo (-8%), pur rimanendo il sostegno nei suoi confronti ancora maggioritario (63%). In tal senso, non è improbabile che Conte sia il primo – ma non sicuramente l'unico – leader a veder diminuire in modo (relativamente) rapido la popolarità ottenuta nei primi momenti del contagio da Covid-19. La diminuzione del gradimento per i leader in carica, insieme al consolidamento di scenari politici tendenzialmente stabili e già fortemente divisi, sembrerebbe dunque indicare per il prossimo futuro – in uno scenario di medio-lungo periodo – un ritorno alla *polarizzazione*, peraltro anticipata dal clima di forte contrapposizioni creatosi nella discussione sulla fine del *lockdown* e sulle riaperture delle attività produttive e commerciali.

La fortuna nelle percentuali di gradimento dell'operato dei leader, che – come abbiamo osservato – sembrerebbe destinata a incrinarsi, è strettamente legata al mutamento dell'atteggiamento dei cittadini di fronte alla pandemia. Una rilevazione di *Observe Science in Society*, ripetuta tra metà marzo e metà aprile, evidenzia l'importanza della percezione – un misto di fiducia e paura – nella valutazione che i cittadini danno della capacità dei differenti livelli di governo di agire nella crisi sanitaria. L'atteggiamento degli italiani nei confronti del Coronavirus è cambiato notevolmente, perché, se all'inizio dell'emergenza sanitaria oltre un italiano su cinque sottovalutava la minaccia, già a metà aprile tale quota diminuisce, evidenziando l'aggravarsi della preoccupazione dei cittadini. E nei mesi della crisi, secondo la medesima rilevazione, sembra essersi modificata anche la valutazione dell'operato dei diversi soggetti coinvolti nella gestione dell'emergenza. A metà aprile, il giudizio più positivo è per la Protezione Civile, che migliora ulteriormente (quasi nove italiani su dieci ne giudicano positivamente l'operato). Aumenta anche la percentuale di consensi per le attività di comuni e regioni di residenza e di poco quella per l'operato del Governo. Meno positivo il giudizio sulla comunicazione dell'emergenza, perché quasi un italiano su tre giudica la comunicazione del Governo appena sufficiente, mentre il 17% la giudica addirittura scadente. Poco chiara ed efficace, secondo il campione di *Observe*, la comunicazione dei Comuni, mentre il giudizio è più positivo per l'Istituto Superiore di Sanità e la Protezione Civile. L'opinione pubblica sembra invece piuttosto divisa sulla valutazione delle attività comunicative di «scienziati» ed «esperti». Quasi un italiano su due ritiene infatti che la diversità di pareri dati da parte degli esperti nei loro interventi abbia generato confusione (48%).

Verso una «bubble democracy»?

Considerando retrospettivamente le dinamiche della comunicazione politica italiana nei primi due mesi successivi all'esplosione dell'epidemia, l'emergenza sembrerebbe dunque aver rafforzato, anche sotto il profilo comunicativo, quella tendenza alla personalizzazione della leadership che già da molti anni – per una molteplicità di fattori – contrassegna le democrazie occidentali. Al tempo stesso, in misura molto più rilevante rispetto quanto avvenuto in altri contesti, il governo italiano ha però puntato su una strategia di *depoliticizzazione* della comunicazione istituzionale, che ha assegnato ad autorità «tecniche» – «scienziati» ed «esperti» – un ruolo non secondario. Nella primissima fase dell'emergenza (marzo 2020), la risposta dei cittadini è stata ampiamente positiva, con una sensibile crescita della fiducia nelle autorità politiche ma anche nei «tecnici», mentre il graduale mutamento del clima di opinione, già a partire dal mese di aprile, sembra preludere a un ritorno (graduale) ai livelli di fiducia pre-Covid. Se anche per questo è improbabile attendersi dal quadro successivo alla pandemia una netta inversione di tendenza rispetto alla crisi di legittimazione e di fiducia che da circa un trentennio logora partiti e istituzioni, è invece plausibile che l'esperienza della pandemia imprima un'accelerazione ulteriore alla transizione verso una «democrazia ibrida», come l'ha definita Ilvo Diamanti. Anche in questo caso, le indicazioni offerte dai primi mesi di crisi sono però contrastanti: dinanzi all'emergenza, mentre presso l'opinione pubblica esplodeva la paura del contagio, gli italiani in cerca di notizie affidabili si rivolgevano principalmente alla televisione generalista, confermando anche la centralità del servizio pubblico; al tempo stesso, le misure di distanziamento sociale, il ricorso allo *smart working* e alla formazione a distanza iniziavano a imprimere

una decisa accelerazione all'uso dei social media e ai meccanismi di individualizzazione della dieta mediale. Ed è probabile che queste trasformazioni tendano a diventare strutturali e a consolidarsi anche dopo la fine dell'emergenza, indirizzando anche – in modo più profondo – le logiche della comunicazione politica. La penetrazione della tecnologia nella vita dei cittadini occidentali potrebbe infatti davvero condurci verso un contesto comunicativo «ibrido», simile a una sorta di *bubble democracy*: un contesto – molto diverso da quello che un quarto di secolo fa Bernard Manin identificò con la formula della *audience democracy* – in cui si approfondisce la sfiducia nella classe politica, ma in cui si modifica soprattutto lo scenario della comunicazione, sia perché si indeboliscono i vincoli all'ingresso sulla scena politica da parte degli *outsider*, sia perché il «pubblico» si frammenta, a seguito dei mutamenti strutturali nell'offerta mediale e delle strategie individuali di gestione dell'*overload* informativo. Il distanziamento sociale ha infatti per molti versi costretto una parte della popolazione occidentale a una sorta di accelerata 'alfabetizzazione', rispetto a nuove modalità di intrattenimento e di informazione, che è destinata quasi certamente a contribuire a quella 'frammentazione' dell'*audience* in una miriade di bolle. E, per quanto concerne le implicazioni più strettamente politiche, non si può escludere che la proliferazione di nicchie autoreferenziali finirà col favorire dinamiche di polarizzazione politica, dal momento che la chiusura nella «bolla» sembrerebbe rafforzare proprio la radicalizzazione e le spinte centrifughe.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Diamanti I. (2020), *Fiducia al premier, la sorpresa è Zaia*, in «La Repubblica», 3 maggio, pp. 14-15.
Freedom House (2019) *The Crisis of Social Media. Freedom*

of the Net 2019 (<https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2019/crisis-social-media>).

Kundnani H., (2020), *The Future of Democracy in Europe. Technology and the Evolution of Representation*, Chatham House, 3 marzo (<https://www.chathamhouse.org/publication/future-democracy-europe>).

Pagnoncelli N. (2020), *Meno consensi alla Lega: 25,4%. Pd a 4 punti, balzo M5S (18,6%)*, in «Corriere della Sera», 26 aprile, p. 14.

Palano D. (2020a), *Bubble Democracy. La fine del pubblico e la nuova polarizzazione*, Brescia, Scholé.

Palano D. (2020b), *Il virus e la democrazia*, in R. Caruso - D. Palano (a cura di), *Il mondo fragile. Scenari globali dopo la pandemia*, Milano, Vita e Pensiero.

Ventura S. (2020), *La pandemia e la crisi della leadership: come il Covid-19 può cambiare le democrazie*, in A. Campi (a cura di), *Dopo. Come la pandemia può cambiare la politica, l'economia, la comunicazione e le relazioni internazionali*, Soveria Mannelli, Rubbettino, in corso di pubblicazione.

ANNA SFARDINI

Come comunicare la pandemia? Credibilità e fiducia delle fonti istituzionali nell'informazione italiana sul Covid-19

Il caso Italia: quante fonti, troppe fonti!

Negli studi sulla comunicazione il tema della fiducia rappresenta un campo centrale di riflessione, se non una delle questioni più rilevanti per interrogarsi sulle dinamiche di influenza che intercorrono tra gli attori della comunicazione, sui meccanismi che regolano l'attribuzione di fiducia a una fonte, dunque la sua credibilità. Dalle relazioni interpersonali alle notizie giornalistiche, dagli spot commerciali alla comunicazione dei politici, la fiducia rappresenta l'ingrediente indispensabile che definisce come ci faremo modificare da un'esperienza comunicativa, quanto la "verità" dell'emittente entrerà a far parte della visione dei suoi destinatari.

Questa dinamica, nel suo funzionamento sotterraneo tanto banale quanto necessario, diventa l'elemento essenziale al governo della comunicazione nelle situazioni di crisi e di emergenza: l'efficacia della comunicazione si legge primariamente nella costruzione di un solido rapporto di fiducia con i soggetti istituzionali che guideranno lo stato di emergenza attraverso indicazioni chiare e sicure nella tempesta di domande e incertezze prodotta dalla situazione di crisi. L'attenzione della popolazione si eleva ben oltre

i livelli dell'ordinario e necessita di risposte che assicurino protezione e prevenzione della propria incolumità. I media diventano strumenti di veicolo della comunicazione sulla crisi, ognuno secondo le proprie caratteristiche intrinseche: rispetto alla comunicazione sul Covid-19, possiamo distinguere due piani nella comunicazione, quello emotivo, che è tipico degli scambi social tra gruppi amicali, e quello istituzionale che deve essere garantito dagli organi di informazione. Pericoloso è quando i due piani si sovrappongono e non si capisce più dove finisce l'uno e dove inizia l'altro. Ad esempio, la foto sul giornale di un politico che invita a bersi uno Spritz al bar nel corso dell'emergenza può fare danni incalcolabili. Nelle regole della comunicazione di crisi, media locali e nazionali si fanno portavoce della comunicazione istituzionale che informa, evita le opinioni infondate o disallineate e i conseguenti equivoci, si fonda, insomma, su una pianificazione controllata delle attività di comunicazione da trasmettere ai cittadini. L'obiettivo è evidente: far comprendere quali siano i comportamenti corretti da assumere in modo da tutelare se stessi e la comunità di appartenenza. L'adozione di una strategia di comunicazione nelle situazioni di emergenza rappresenta un valido antidoto all'infodemia, cioè alla circolazione di una quantità eccessiva di informazioni, non vagliate con accuratezza, che rendono difficile orientarsi su un determinato argomento per la difficoltà di individuare (guarda un po') fonti affidabili. Si tratta della responsabilità in mano ai comunicatori di fare la propria parte e il proprio lavoro con coscienza, raccontare l'epoca del Coronavirus nel delicato equilibrio tra il dare la notizia e il non creare un pericoloso panico.

Nei momenti che hanno bruscamente segnato il passaggio dalla fase 0 dell'inconsapevolezza alla fase 1 avviata con l'emersione del focolaio di Codogno, si è generata una sorta di epidemia cognitiva con conseguenze emotive importanti: l'emergenza della situazione ha portato a cer-

care di continuo, e in maniera spasmodica, informazioni sul virus, rimanendo subissati da notizie spesso contraddittorie. Si è passati dalla rassicurante dichiarazione “È una banale influenza” all’allarme imperativo “Restiamo tutti a casa”. Il corto circuito dell’informazione ha prodotto un’angoscia diffusa alimentata dal non capire bene cosa fare di fronte a un nemico invisibile, in attesa che una comunicazione istituzionale forte, chiara, coesa prendesse le redini della situazione.

Nel giro di pochi giorni un modello di gestione simile si è così imposto nei diversi Paesi via via raggiunti dal virus, con la progressiva scoperta di focolai a livello internazionale: un organismo bifronte, basato sul *sapere*, proprio della scienza, e sul *fare*, proprio della politica, chiamato anche a veicolare di concerto informazioni e indicazioni operative alla cittadinanza. È quello che richiede un’emergenza sanitaria: analisi virologica ed epidemiologica del territorio e conseguente attivazione di protocolli di sicurezza da parte della politica.

Ma cosa succede nel caso in cui i soggetti che rappresentano le fonti istituzionali sono molteplici? E come recuperare in un contesto di emergenza la generalizzata crisi di credibilità che stanno attraversando le leadership?

La gestione della comunicazione dell’emergenza italiana, resa particolarmente complessa dal suo costituire, inaspettatamente, la nazione-paziente 1 del mondo occidentale, evidenzia alcune debolezze riconducibili proprio alla messa in crisi della credibilità delle fonti istituzionali.

Un primo elemento di criticità è stato la compresenza di varie, troppe, fonti istituzionali, spesso in disaccordo tra loro, lungo i momenti che hanno puntellato la fase 1.

Un secondo conseguente elemento di criticità riguarda la crisi della credibilità dell’organismo istituzionale bifronte sopra citato, certe volte apparso fragile nel corso della fase 1.

Vediamo i due elementi in dettaglio analizzando l'organismo istituzionale creato sul patto tra voce scientifica e politica.

La radice del sapere: la voce della scienza

Iniziamo con la radice del sapere o della competenza: è la qualità riconosciuta all'esperto, colui che sa quel che dice, che agisce in modo responsabile perché conosce approfonditamente l'argomento, ne ha fatta esperienza e può garantire nelle sue analisi margini di errore ridotti (G. Gili e M. Panarari: 2020). Si tratta evidentemente della voce autorevole del mondo della Scienza. Ripercorrendo le notizie apparse sui media dall'inizio dell'emergenza sanitaria, la scienza rappresenta la prima voce che già a fine gennaio introduce al mondo intero l'esistenza di un virus misterioso. Tuttavia, si tratta di una voce che, pur mediata da autorevoli scienziati, non riesce a imprimere significativamente l'agenda delle notizie, relegando l'allarme a un problema lontano, cinese. Il repentino sviluppo degli eventi, oltre a svelare l'evidenza che anche la circolazione dei virus segue i tempi della globalizzazione, trasforma gli scienziati (e in chiave di rassicurazione nazionale, ogni Paese i propri scienziati) in nuove sibille pronte a prevedere il futuro dell'umanità. La voce della scienza, così fortemente sollecitata a intervenire, finisce rapidamente con lo sfarinarsi in tante opinioni di altrettanti scienziati assurti al rango di *celebrities* nell'arena informativa predispesa dai media.

Virologi, epidemiologi, matematici, informatici, psichiatri, psicologi conquistano la ribalta mediatica con erudizioni varie sui temi di igiene, curve statistiche, plateau, contagio R2, R1, R0, trasmissioni droplet... Come forse mai avvenuto prima, il discorso scientifico si fa sentire in modo sempre più forte e disintermediato catturando

un'alta attenzione da parte di fasce ampie di un pubblico solitamente restio a questo "genere" di contenuti di approfondimento. I momenti della fase 1 si descrivono anche così, attraverso la progressiva parcellizzazione del volto della Scienza in campi disciplinari diversi, di volta in volta interpellati per dare risposte alle crescenti problematiche prodotte dal virus sull'uomo. Ma anche attraverso la crescente comprensione da parte della gente comune che la scienza, quella che si esercita nei laboratori e richiede dedizione continua, si basa su ipotesi, procede per prove ed errori, non ha certezze preventive (A. Alesina, G. Giavazzi: 2020). Una rivelazione che ridisegna la mappa dell'autorevolezza degli uomini di scienza: da quella immagine ideale e inizialmente indistinta dello scienziato si distacca la categoria dell'esperto o del divulgatore scientifico. La sovraesposizione mediatica di questa figura, interpretata da professori e professionisti del mondo scientifico, usciti dai laboratori per divenire frequentatori sempre più assidui dei salotti televisivi, produce i suoi effetti di degradamento: le infelici scazzottate mediatiche tra illuminati, le certezze esternate in nome del sapere e poi smentite dalla realtà dei fatti (pensiamo alle dichiarazioni sull'uso contestato delle mascherine, sulla bassa mortalità del virus, alla previsione di un'imminente estinzione del virus), hanno creato una crepa nella credibilità della competenza scientifica. L'esperto di scienza si è trasformato nella figura dell'opinionista scientifico, che parla per pareri, azzarda previsioni, viene chiamato in causa per sostenere o criticare le diverse disposizioni regionali. Si genera così un pericoloso tandem tra scienza e politica in cui l'uomo di scienza rischia di scivolare nei regimi di discorso propri dello scontro politico, mettendo in crisi l'equilibrio di questa fonte istituzionale bifronte.

Un ulteriore elemento di debolezza ha a che vedere con la dimensione più istituzionale della sanità, rappresentata

a livello nazionale dall'ISS (Istituto Superiore di Sanità) e dalla Protezione civile: i commenti sulle dichiarazioni e gli interventi di questi due massimi organismi delineano una comune traiettoria discendente in termini di gradimento. Il resoconto mediale della pandemia registra, tra i diversi errori commessi, i ritardi e le molte incertezze che hanno accompagnato la definizione dei dispositivi sanitari di sicurezza, delle strategie per il monitoraggio delle zone rosse, dei protocolli per la somministrazione di tamponi e test sierologici, delle indicazioni da garantire ai tanti pazienti non ricoverati, del conteggio dei decessi, sospeso tra i morti “per Coronavirus o con il Coronavirus”.

Espressione tangibile di questa perdita di fiducia, oltre che effetto dell'*overload* informativo accumulato lungo due mesi, è l'andamento dell'ascolto televisivo del bollettino della Protezione civile (si veda il contributo di Scaglioni in questo volume): nei tanti giorni di crescita e del picco dell'epidemia in Italia, il bollettino della Protezione civile è diventato l'appuntamento quotidiano con il tragico resoconto dei contagi e dei decessi, secondo l'angosciante metafora bellica con cui la comunicazione tende a trattare le malattie mortali dell'uomo. Un appuntamento che nel progredire della fase 1 ha perso uditori, sconsigliati dalla scarsa comprensione di dati raccolti in modo parziale, a seconda del numero variabile di tamponi eseguiti e dei bacini di raccolta, tra cui la sconvolgente emersione del caso delle Rsa del nord Italia.

La fonte che segue una traiettoria inversa e fa recuperare credibilità alla radice del sapere scientifico è quella del mondo dei medici: dall'iniziale smarrimento degli ospedali del nord che si scoprono probabili primi focolai e diffusori inconsapevoli del virus, il mondo dei medici e degli infermieri si trasfigura nell'immagine di eroi instancabili e gentili, combattenti in prima linea contro il virus, secondo uno storytelling della “guerra” al virus impiegato

sistematicamente, malgrado il senso di pericolo e precarietà che inevitabilmente alimenta. La credibilità dei medici si nutre di una narrazione plurale fatta di esperienze sul campo, storie di vita e di morte, verità raccontate nella loro crudezza, interpellazioni dirette alla comunità con suggerimenti pratici di igiene, avvertimenti sulla pericolosità del virus privi di toni paternalistici. Testimonianze che si accumulano nei giorni trasformandosi in un punto di riferimento per capire l'andamento del contagio, e dal quale attendersi la speranza di cure efficaci ottenute attraverso il duro lavoro empirico della scienza.

La radice del fare: la voce della politica, il volto di Giuseppe Conte

L'analisi dei discorsi prodotti dalla fonte istituzionale della politica restituisce un crogiolo di tante voci diverse: governo, presidenti di regione (in particolare quelle più colpite dal virus), leader politici e sindaci hanno alimentato un dibattito molto acceso, con posizioni quasi mai allineate tra loro rispetto a iniziative, previsioni, soluzioni. Ne è emerso uno scenario complessivo fatto di antipatie, sgambetti, scontri che ha ampliato quel senso di separazione, sfiducia nell'Altro, bisogno di barriere protettive già propagato dalla paura verso il virus Covid-19. In queste pagine si è scelto di privilegiare come fonte istituzionale la comunicazione del premier Giuseppe Conte: in un'epoca già segnata dalla crisi delle leadership, la comunicazione attivata dal massimo referente politico per la gestione dell'emergenza è quella che più di tutte ha il compito di mantenere il contatto con la nazione e di rappresentare il modello di *crisis management* italiano nel confronto con gli altri Paesi.

Nell'adozione di un organismo bifronte per la gestione della crisi sanitaria, il ruolo della politica è di applicare il sapere della scienza: agire sulla vita degli italiani, cambiar-

la, per garantire la tutela della salute pubblica rappresenta il livello più pieno della funzione pragmatica della politica in una situazione di emergenza. Il fare politico deve esercitarsi lungo dimensioni diverse: individuare le strategie migliori equilibrandole con le istanze, i bisogni di una popolazione indifesa e impaurita di fronte all'avanzare della pandemia; valutare i costi e i benefici delle scelte intraprese, calcolando le conseguenze economiche del *lockdown*, per mantenere solida la credibilità del proprio saper fare. Tutto ciò implica anche l'impiego di un'ulteriore abilità, quella comunicativa: si tratta di linguaggio, tempi e mezzi con cui trasmettere le decisioni, finalizzati a rafforzare il senso di fiducia verso il proprio agire. Nella comunicazione di Conte alcuni elementi caratterizzano la retorica assunta nel corso della fase 1 per sostenere la sua credibilità come *Commander in chief* dell'emergenza sanitaria.

In primo luogo, l'assunzione di un registro istituzionale per parlare alla nazione: le prime apparizioni dalla sede della protezione civile lasciano presto il posto alle dichiarazioni alla nazione dalla Sala dei Galeoni di Palazzo Chigi nel rispetto di un'immagine di istituzionalità sancita anche dalle bandiere italiana ed europea sempre visibili sullo sfondo.

In secondo luogo, il linguaggio privilegia alcune espressioni con cui Conte ribadisce il suo approccio all'emergenza: la responsabilità, sua (lo Stato è qui) e dei cittadini (rispettare gli sforzi richiesti), la solidarietà (secondo la formula "nessuno si salva da solo"), la trasparenza dei dati sull'emergenza e dei suoi provvedimenti, la fiducia nello Stato, in lui e nel futuro. Il *tone of voice* complessivo è quello di un comandante premuroso, rassicurante, solidale con i cittadini, umano ai limiti del paternalistico, come ben esprime il suo tweet del 19 marzo 2020, in occasione della Festa del Papà: "Del valore di un abbraccio, dell'importanza di guardarsi negli occhi, del calore di una

stretta di mano. Il mio augurio a tutti i papà d'Italia, in particolare a quelli che oggi sono distanti dai propri figli. Presto torneremo a stringerci più forte di prima. Buona festa del papà”.

L'adozione del decreto del Presidente del Consiglio (DPCM), come strumento per amministrare l'emergenza trova rispondenza nella personalizzazione della comunicazione attraverso l'uso della prima persona: il “noi” che esprime l'empatia della condivisione (“siamo un paese forte”, “dobbiamo fare un sforzo”, “il nostro valore”...) si intreccia con l' “io” che lo individua come punto di riferimento dei cittadini (“ho promesso”, “ho deciso”, “ho scelto”, “sono fiducioso”). Se nella comunicazione confortante del premier l'unione di parole più impiegata è “emergenza insieme”, tra le parole più usate si ritrova “facebook” con ripetuti inviti a seguire le sue dirette (Fonte: AGI Agenzia Italia).

Gli elementi che rischiano di indebolire la credibilità istituzionale di Conte hanno proprio a che vedere con i tempi e i luoghi della comunicazione, scelte cruciali in termini di efficacia dei suoi messaggi. La brevissima distanza temporale tra l'8 e il 10 marzo con cui il DPCM #IoRestoACasa si estende dalle regioni rosse all'Italia intera è l'inizio di un susseguirsi di provvedimenti, aggiustamenti, proroghe che impegnano Conte in un eccesso di conferenze stampa, allontanandolo da un modello di comunicazione istituzionale più controllata e moderata, in grado di prevedere e prevenire le reazioni di panico della popolazione di fronte a restrizioni improvvise come il divieto di circolazione.

Il 21 marzo, l'annuncio di un imminente discorso del Presidente del Consiglio avvia una lunga attesa da parte di giornalisti e cittadini, fino alla diretta dal suo profilo facebook, iniziata alle ore 22.30. L'anticipazione “emo-

zionale” di Conte dei nuovi provvedimenti di chiusura (DCPM del 22 marzo 2020), senza una conferenza stampa e dunque delucidazioni sui settori da chiudere, generano disorientamento e confusione nella cittadinanza. Una forte reazione di protesta si solleva da vari fronti per denunciare la perdita di quella tempestività e completezza – ossia una comunicazione sì immediata, ma chiara e comprensibile – che sono proprie dell’informazione istituzionale (Prima Comunicazione Online: 22/03/2020). Il 26 aprile il Presidente Conte torna a parlare alla nazione per illustrare il nuovo DCPM che traghetta l’Italia nella fase 2 della gestione emergenziale: questa volta la comunicazione assume correttamente le vesti istituzionali delle principali testate giornalistiche televisive, tra cui primeggia la prima rete del servizio pubblico. Ciò che si appanna, invece, è il linguaggio penalizzato dall’incertezza nel definire limiti alla ripertenza della fase 2 italiana, di cui è emblematica espressione l’incertezza semantica (e affettiva) del termine “congiunti”.

Appunti per la fase 2

La gestione della comunicazione sulla pandemia scatenata dal virus SarsCovid-19 nel corso della cosiddetta fase 1 ha rappresentato, tra le molte cose, anche un banco di prova delle strategie e delle retoriche comunicative impiegate dalle diverse realtà politiche e istituzionali a livello planetario. Una reazione trasversale che ha rivelato l’assenza di azioni condivise globalizzate e che anzi ha ridisegnato la geografia dei confini (internazionali, nazionali, regionali, relazionali) per difendere la nostra strettissima cerchia vitale dal virus.

La fase 2 si avvia con una serie di elementi tutti da verificare, a partire dal mantenimento del valore R_0 come indice di contagio sotto controllo. Soprattutto con molti

elementi di comunicazione da migliorare. Tra i più urgenti: la visibilità e presa in carico di alcune categorie dimenticate come i bambini; la riabilitazione degli anziani come soggetti attivi e centrali della società contemporanea (l'Europa di Horizon 2020 non valorizzava l'*active aging*?); l'abilitazione delle donne nella gestione della crisi presso i vari tavoli di lavoro del governo; la costruzione di una cabina di regia e dunque di una voce istituzionale unica e coesa che comunica attraverso diversi canali tra loro sempre allineati.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

A. Alesina - F. Giavazzi, “Gli esperti e la fiducia”, *Corriere della sera*, 3 maggio 2020.

AGI, “Come stanno comunicando i leader politici durante l'emergenza?”, 27/03/2020, <https://www.agi.it/cronaca/news/2020-03-27/coronavirus-contagi-morti-social-7933405/>
G. Gili e M. Panarari, *La credibilità politica. Radici, forme, prospettive di un concetto inattuale*, Marsilio, Venezia 2020.

Prima Comunicazione Online, “Conte e la diretta (in ritardo) su Facebook scatena le reazioni di stampa e politici. Mentana: non può essere tutto comunicazione”, 22/03/2020, <https://www.primaonline.it/2020/03/22/303513/cont-e-la-diretta-facebook-in-ritardo-scatena-le-polemiche-mentana-non-puo-essere-tutto-comunicazione/>

MARIA LUISA VILLA

La scienza in piazza. Decisioni politiche e buon uso del sapere

Democratic states earned their legitimacy in part by demonstrating that they knew how to ensure public welfare, securing frontiers, improving public health [...].

For this they needed science and expertise. As governments extended their regulatory oversight, it became less and less thinkable that power could be exercised without recourse to expert knowledge (Jasanoff 2017).

In larga maggioranza il pubblico non ha una chiara immagine di quello che fanno i ricercatori. I pareri autorevoli, che gli scienziati sono sollecitati ad emettere come parte del processo di risoluzione dei problemi che travagliano la società, contengono in genere nude indicazioni, espresse in un linguaggio formalizzato, privo dei necessari collegamenti con il discorso quotidiano (Villa 2016).

Questo modo di comunicare rafforza il pregiudizio diffuso che la scienza riguardi essenzialmente risposte fattuali inequivocabili. I resoconti giornalistici aggravano il problema poiché tendono a mettere in evidenza il risultato finale, tacendo il processo, spesso tormentato, che lo ha generato. E' raro che si senta parlare della ricerca che ha preceduto il risultato, soprattutto se questa non ha ancora avuto successo: è la parte della scienza che resta nascosta ai profani.

Questo atteggiamento genera la falsa impressione che la scienza sia un metodo infallibile e deliberato per fare sco-

perte e ottenere risposte esaurienti. In realtà il percorso è più fragile e ogni legge, ogni principio scientifico, ogni descrizione dei risultati è una sorta di riassunto che lascia fuori i dettagli.

La scienza non è una raccolta di fatti immutabili, ma piuttosto è una via per porre domande e valutare criticamente le possibili risposte. Gli scienziati si occupano di tutto ciò che si può studiare con un approccio sperimentale, e devono escludere dalle loro indagini le realtà per le quali questo approccio non funziona. In breve, l'arte della ricerca è l'*arte del risolvibile* che tratta solo ciò che può essere esaminato empiricamente (Brown 2009; Feynman 1999; Medawar 1969).

Prendere le decisioni giuste: la funzione delle agenzie regolatorie

Nella sfera pubblica i politici e gli amministratori si trovano spesso a dover decidere le azioni da intraprendere in aree di considerevole incertezza, gravide di interpretazioni conflittuali e di dubbi. Le pubbliche decisioni così generate hanno spesso ricadute cruciali per la vita di tutti i giorni e definiscono chi ne trarrà beneficio e chi rischierà di soccombere.

Oggi più che mai, in un mondo impregnato di tecnologia, si chiede alla scienza e agli scienziati di svolgere un ruolo importante nel processo decisionale pubblico, che se ne avvale soprattutto nella fase istruttoria, quando esistono condizioni di particolare urgenza. Il buon uso delle conoscenze scientifiche è prezioso per indirizzare le decisioni verso le soluzioni più razionali, permettendo ai decisori politici di raggiungere il miglior risultato possibile, evitando le soluzioni sbagliate e inefficienti.

La pandemia di *Covid-19* che ha investito il mondo, esprimendosi con particolare durezza in molti paesi

dell'Europa, è un esempio drammaticamente istruttivo di questa realtà.

La cooptazione degli scienziati nelle decisioni politiche è talmente estesa da aver generato una specifica area interdisciplinare, fortemente intrisa di burocrazia, che è stata denominata *scienza regolatoria*.

La *Food and Drug Administration (FDA)*, che è l'ente governativo statunitense che si occupa della regolamentazione dei prodotti alimentari e farmaceutici ne definisce così la natura:

la scienza regolatoria è una disciplina scientifica che consiste nello sviluppo e nell'applicazione di metodi scientifici, strumenti, approcci e altri procedimenti rilevanti derivanti da varie discipline scientifiche, utilizzati nelle decisioni regolatorie e in altri provvedimenti politici. Essa è sia interdisciplinare che multidisciplinare e si basa virtualmente su tutte le discipline scientifiche (FDA).

Esistono nel mondo numerose differenti agenzie regolatorie assai diverse tra loro per modalità organizzative. In molti casi finanziano esse stesse studi su specifici temi presso le università, oppure conducono ricerche direttamente o in collaborazione con le strutture dei parchi tecnologici, come è il caso dell'EPA (*Environmental Protection Agency*), o dell'Istituto Superiore di Sanità (ISS) in Italia.

In altri casi si limitano a prendere visione e valutare le ricerche fatte da altri, come è il caso dell'FDA in America.

L'importanza degli enti e delle agenzie regolatorie è enormemente cresciuta negli ultimi decenni per dimensioni, complessità organizzativa e responsabilità. L'evoluzione delle tecnologie e la creazione di nuove aree della scienza ne hanno profondamente modificato i compiti. La globalizzazione delle abitudini alimentari, che ha richiesto la revisione dei sistemi di controllo per cibi e bevande, è un esempio facile e significativo della continua necessità di aggiornamento dei metodi delle agenzie di controllo.

Gli esperti, i politici e la gestione del rischio

Di fronte a situazioni incerte, l'operazione più importante che gli esperti sono chiamati a compiere è la valutazione del rischio connesso alle loro possibili scelte. Essi devono tentare di definire non solo *la probabile gravità del danno potenziale inerente a ciascuna soluzione ma anche la probabilità del suo accadimento*. Come afferma Ulrich Beck: «Il rischio presuppone decisioni umane con conseguenze in parte positive e in parte negative, come un Giano bifronte» (Beck 1999).

Quando la gestione del problema entra nell'agenda politica si apre una complessa arena di discussioni e polemiche che coinvolgono, oltre agli scienziati, i professionisti delle agenzie nazionali e internazionali, i decisori politici, i portatori di interessi, i produttori, i membri vari del pubblico e infine i mezzi di comunicazione. Tutti costoro differiscono considerevolmente nella valutazione del rischio perché questa è intrinsecamente legata ai rispettivi timori, interessi e conoscenze, e dipende da giudizi di valore su ciò che è desiderabile o non desiderabile, tollerabile o non tollerabile, evitabile o fatale.

Il rapporto con il potere politico e con il pubblico è un'enorme sfida per gli scienziati, che vedono i comunicatori professionali e i pubblici decisori impadronirsi delle indeterminatezze cognitive della scienza trasformandole in interpretazioni arbitrarie, colorite di interessi politici. Peggiora la situazione l'accorrere di una pluralità di esperti che esprimono pareri contraddittori e proclamano ciascuno le proprie indicazioni di rischio. Accade così che, invece di assicurare fiducia, il parere scientifico produca spesso incertezza e ambiguità.

In genere, le verità utili, dotate di sufficienti riscontri sia dalla scienza che dalla società emergono infine a fatica e servono da base per comportamenti collettivi adeguati alla situazione di rischio.

Le epidemie, le pandemie e la memoria sopita dell'uomo contemporaneo

Per secoli l'uomo si è imbattuto nelle malattie infettive ed in particolare in quelle che sono così contagiose da generare delle *pandemie*. Nei secoli in cui l'Europa era devastata dalle epidemie, la popolazione era falciata ad ondate, ogni 20 o 30 anni, da peste, vaiolo ed altre malattie ad alta contagiosità.

Se si guarda alle condizioni dell'Europa nei due secoli che precedono l'anno della peste nera (1348) si osserva che ripetute ondate epidemiche devastarono le popolazioni così che non era insolito che il 20% degli abitanti ne morisse. Resoconti anche peggiori, con decessi superiori al 50% degli abitanti di certe zone, non erano inusuali.

Le malattie contagiose batteriche o virali non sono mai scomparse dalla terra ma la società occidentale, grazie anche all'esistenza dei vaccini, non le sperimentava da decenni e si era quasi dimenticata della loro esistenza e della loro durezza.

L'uomo contemporaneo, nell'occidente ipertecnologico, faticava a serbare memoria di queste storiche tragedie e forse *l'influenza* era la malattia contagiosa che egli conosceva meglio e cercava di evitare, più per fastidio che per paura.

In realtà i microrganismi patogeni sono destinati a convivere con noi perché i meccanismi dell'evoluzione conferiscono loro una illimitata adattabilità alle condizioni avverse create dall'intervento umano. Essi possono sviluppare efficienti meccanismi per contrattaccare le nostre difese immuni e non immuni.

L'eradicazione, ossia l'eliminazione di un microrganismo patogeno, è teoricamente possibile (vedi vaiolo) ma difficilissima. Nuove varianti compaiono con frequenza

tanto maggiore quanto più ampie sono *le condizioni di mobilità e promiscuità tra ambienti, uomini e animali*.

Il Covid-19, un Coronavirus proveniente dalla Cina, ha improvvisamente riportato alla più tragica attualità il problema delle malattie contagiose, capaci oggi più che mai di diffondersi in tutto il mondo in modo tanto più veloce quanto più efficienti sono i collegamenti che uniscono gli uomini nel mondo globalizzato.

Contenere il contagio da Covid-19: la politica e la proliferazione delle commissioni di esperti

Di fronte alla sfida di un'epidemia nuova e ampiamente sconosciuta, alla gravità della sua evoluzione clinica e alla intensità del contagio i politici e gli amministratori hanno fatto immediato ricorso alle conoscenze degli esperti creando una serie inconsuetamente estesa di comitati incaricati di suggerire misure adeguate per ognuno dei molteplici e specifici problemi creati dal rapido estendersi della nuova malattia.

“Agili, per numero di componenti, oppure affollatissimi – chiosa *Vittorio Nuti sul Sole 24 Ore del 14 Aprile* – i comitati di esperti e consulenti (o *task force*, espressione un po' abusata che nel gergo militare individua le unità di pronto intervento) sono tornati di moda al tempo del coronavirus. Nelle ultime settimane, sono lo snodo di molte discussioni sui *social* e in famiglia” (Nuti 2020).

Un quadro riassuntivo è così articolato:

1- *Si parte dal “Comitato operativo” (esistente anche prima del Covid-19) che assicura la direzione e il coordinamento delle attività della Protezione civile nelle situazioni di emergenza*. È presieduto dal Capo del Dipartimento di Protezione civile ed è composto da rappresentanti di Strutture operative del sistema stesso. Il suo scopo è quello di valutare le notizie, i dati e le richieste provenienti

dalle zone interessate all'emergenza, definire le strategie di intervento e coordinare in un quadro unitario gli interventi di tutte le amministrazioni ed enti interessati al soccorso. Comprende quindi rappresentanti di Vigili del fuoco, Forze armate, Forze di polizia, Croce rossa, Servizio sanitario nazionale, organizzazioni nazionali di volontariato, Soccorso alpino e CNR.

2- *Ad esso si aggiunge il "Comitato tecnico-scientifico" della Protezione civile allargato alla squadra informale di consulenti del ministro della Salute.* La sua istituzione, disposta dal commissario straordinario e capo della Protezione civile Angelo Borrelli, risale al 3 febbraio, la primissima fase dell'emergenza. Cresciuto con il passare dei giorni, è passato dai 7 iniziali a 12 componenti (più un numero imprecisato di consulenti), e vede schierati tra gli altri il segretario generale del Ministero della Salute Giuseppe Ruocco, il direttore generale della prevenzione sanitaria dello stesso dicastero, il direttore scientifico dello Spallanzani Giuseppe Ippolito e il presidente dell'Istituto Superiore di Sanità Silvio Brusaferrò. Con il progredire dell'emergenza si è fatto spazio a vari nuovi componenti in arrivo dalla task force di esperti e consulenti del ministro della Salute Roberto Speranza, come il rappresentante dell'Oms Ranieri Guerra, il geriatra Roberto Bernabei e Walter Ricciardi, ex presidente dell'Istituto Superiore di Sanità. Il suo compito è cruciale nella lotta al contagio: fornire pareri e indicazioni sulle misure di prevenzione necessarie a fronteggiare la diffusione del virus. In pratica, le raccomandazioni sanitarie che poi Governo e Protezione civile adottano con provvedimenti propri.

Si passa poi alle Unità speciali (*Task Force* nel lessico ministeriale) come:

1- Task force scuole e didattica a distanza (Ministro della Scuola Lucia Azzolina)

2- Task force "Data drive" (Ministro all'Innovazione

Paola Pisano) composta da 74 esperti in diverse discipline. Il loro compito “è individuare e valutare soluzioni tecnologiche *data driven* per supportare il Governo e gli altri pubblici decisori nella definizione di politiche di contenimento del contagio da Covid-19”.

3- Task force “Donne per un nuovo Rinascimento” (Ministro Pari opportunità Elena Bonetti). Il suo compito è di elaborare idee e proposte per il rilancio sociale, culturale ed economico dell’Italia dopo l’emergenza epidemiologica da Covid-19.

Ultima arrivata, ma non minore è la

4- Task force “Fase 2” voluta dal Presidente del Consiglio Giuseppe Conte e guidata dal *manager* Vittorio Colao, ex amministratore delegato di Vodafone. Si tratta di una task force con 17 componenti di altissimo livello, con giuristi, economisti ed esperti con competenze di tipo prevalentemente socio-economico. La sua missione è dialogare con il comitato tecnico scientifico e studiare le misure necessarie per la fase della ripartenza dell’Italia dopo la Fase 1 di confinamento (*lockdown* nel lessico ministeriale) causato dall’emergenza coronavirus.

Qualche riflessione conclusiva

La pandemia da Covid-19 ha posto i politici di fronte problemi del tutto nuovi. Le informazioni inizialmente disponibili erano largamente incomplete e spesso fuorvianti e il ricorso alla competenza degli esperti si è imposto subito come l’unica ancora disponibile.

La tempestiva consultazione del Comitato operativo della Protezione Civile e l’organizzazione di un *Comitato tecnico-scientifico della stessa Protezione civile, allargato alla squadra informale di consulenti del ministro della Salute*, sono state decisioni situate nel solco della migliore tradizione di ogni stato moderno.

Qualche perplessità e molte riserve derivano però dal progressivo ampliamento del numero dei “saggi”, cooptati nei Comitati, e dalla creazione di un numero crescente di Unità Operative ricche di membri che presentano credenziali a metà tra competenza e appartenenza politica.

Preso nelle maglie di questa rete sempre più ingarbugliata, il potere decisionale dei governanti rischia di abdicare al suo ruolo. Invocato, criticato e discusso il *Comitato Operativo* è diventato il riferimento privilegiato di un esecutivo obbligato a misurarsi con decisioni difficili in una situazione di crisi del tutto nuova per il paese e per il mondo.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

U. Beck, *World at Risk*, Polity Press, Malden, 1999.

T.L. Brown, *Imperfect Oracle. The epistemic and moral authority of science*, The Pennsylvania University Press, 2009.

FDA, «Advancing Regulatory Science: Strategic Plan for Regulatory Science», <http://www.fda.gov/ScienceResearch/Special-Topics/Regulatory>.

R. Feynman, *L'incertezza nella scienza*, in *Il senso delle cose*. Adelphi, Milano, 1999.

S. Jasanoff, *Back from the Brink: Truth and Trust in the Public Sphere*, *Issues in Science and Technology*, vol xxxiii, n.4, 2017.

P.B. Medawar, *Science & Literature Perspective in Biology and Medicine*, Vol.12, n.4, Summer 1969.

V. Nuti, “Task force e comitati: chi consiglia la politica sulle norme anticontagio”, *Il sole 24Ore*, 14 aprile 2020.

M.L. Villa, *Scienza è democrazia*, Guerini, Milano, 2016.

MARIA TERESA ZANOLA

Le parole della pandemia in Francia: il dialogo di una società

«En raison de la situation sanitaire en France concernant le Covid-19, et suite aux instructions du gouvernement, la Bibliothèque nationale de France fermera au public sur ses différents sites, à compter de ce soir et jusqu'à nouvel ordre» [A causa della situazione sanitaria in Francia per quanto riguarda Covid-19, e seguendo le istruzioni del governo, la Biblioteca Nazionale di Francia chiuderà i suoi vari siti al pubblico a partire da questa sera e fino a nuovo avviso]: il 13 marzo 2020, con questo comunicato stampa, anche la Bibliothèque Nationale de France chiude le porte al pubblico. È l'avvio delle chiusure, inimmaginabile nella prima allocuzione del presidente della Repubblica Macron dell'11 marzo, e invece ineludibile nel suo secondo discorso alla nazione il 16 marzo.

All'inizio dell'epidemia, alcuni bambini francesi chiamano il virus «les vacances Corona», ma poi ben presto tramutano il nome di questo periodo, che diventa quello delle «vacances méchantes», le vacanze 'cattive'.

Il virus nella società francese: i discorsi presidenziali

Ritorniamo al mese precedente. Il 27 febbraio 2020 Macron fa visita all'ospedale della Pitié-Salpêtrière, dove il prof. Éric Caumes, capo del reparto malattie infettive, lo informa di una situazione 'all'italiana', perché il virus

circola in Francia, e di gran carriera. Già il 21 gennaio la ministra della salute Agnès Buzyn informava del rischio, seppur lieve, di contagio in Francia, a seguito dei voli aerei diretti con Wuhan, ma rassicurava che il sistema medico francese era ben preparato e altamente professionale per questa necessità sanitaria. Il 26 febbraio 2020, in Senato, viene tenuta l'audizione di Jérôme Salomon, il direttore generale della Salute.

Un ulteriore passo indietro: la preoccupazione per le scorte di mascherine. Nel 2018 Jérôme Salomon, il direttore generale della Salute, veniva informato del fatto che lo stock di mascherine destinato alla Stato era in gran parte deteriorato e insufficiente per il fabbisogno nazionale; nel maggio 2019, l'agenzia Santé publique France pubblicava una nota di medici che raccomandavano la costituzione di uno stock di almeno un miliardo di mascherine. A seguito dell'inventario fatto, il 27 gennaio 2020 sono ordinati cento milioni di mascherine, a fronte del consumo settimanale ospedaliero di quaranta milioni. Il 29 gennaio si tiene una riunione di un consiglio dei ministri eccezionale dedicato alla crisi Covid-19. Il virus inizia a diffondersi in Francia, e il principale focolaio è nell'Oise. Anche Mulhouse diventa un focolaio importante. La *quatorzaine* – la quarantena di quattordici giorni imposta alle persone di rientro da zone a rischio (la Cina, l'Italia) – non basta più.

Il 10 marzo è quindi creato un Consiglio scientifico Covid-19, presieduto da Jean-François Delfraissy, con l'incarico di dare indicazioni al Presidente della Repubblica, composto da undici membri... e in Francia questo ruolo di consigliere dell'esecutivo è anche ricoperto dal Haut Conseil de la santé publique.

11 marzo: le visite di parenti nelle RSA (in francese, EHPAD) sono proibite. Giunge il primo discorso importante del Presidente Emmanuel Macron il 12 marzo 2020: è «la crisi sanitaria più grave del

secolo», che porta alla chiusura di asili nido, scuole, licei e università, al rinvio del pagamento di tasse, all'invito al telelavoro. Viene mantenuto invece l'appuntamento elettorale delle municipali, il 15 marzo. Scienziati consultati considerano che nulla si oppone a che i Francesi, anche i più vulnerabili, possano andare a votare; il consiglio scientifico però non la pensa così. I social risuonano di hashtag *#JeNiraiPasVoter* [non andrò a votare]. Fatto il voto, si passa alla chiusura di tutti i luoghi pubblici non indispensabili alla vita del paese, annunciata la sera prima dal Primo Ministro Édouard Philippe.

Il discorso del Presidente arriva la sera del 16 marzo, alle venti, in diretta su tutte le televisioni e le radio nazionali: usa sette volte la parola 'guerra', cinque volte nella frase «*Nous sommes en guerre*», una sesta volta seguita dall'assertivo, ma già la seconda volta con l'aggettivo che qualifica di che guerra si tratti, «...*en guerre sanitaire, certes*» – 'in guerra sanitaria', con un modificatore avverbiale ambiguo, 'certamente', ossia 'ovviamente', ossia l'unica guerra in cui la Francia potrebbe mai trovarsi, quella sanitaria. Il *confinement* – l'isolamento, l'inglese *lockdown* – non è nominato, ma diventa ufficiale: eufemismi evocano lo stato delle relazioni sociali, che dovranno essere limitate ai contatti in famiglia, ai tragitti necessari per il lavoro. Ma è la parola 'guerra' che resta scandita in testa, questa scelta retorico-politica che illustra la visione di guerra della crisi sanitaria – neanche quest'ultima verbalmente nominata. Pesano le parole sociali, la salute e l'umano passano in primo piano: «*La santé n'a pas de prix*» [la salute non ha prezzo], «*Tout sera mis en oeuvre pour protéger nos salariés et nos entreprises quoi qu'il en coûte*» [si metterà in atto di tutto per proteggere i nostri lavoratori e le nostre imprese a qualunque costo].

L'allocuzione del 13 aprile abbandona la retorica di guerra, una guerra – forse – mal combattuta nel frattempo? Di certo i toni cambiano, e il discorso è costellato da

formule come «Le moment, soyons honnêtes, a révélé des failles, des insuffisances» [Il momento, siamo onesti, ha rivelato falli, insufficienze] e, con una domanda retorica, questa volta voluta dal Presidente: «Alors, étions-nous préparés à cette crise? A l'évidence, pas assez mais nous avons fait face en France comme partout ailleurs» [Allora, eravamo preparati a questa crisi? Evidentemente no, vi abbiamo fatto fronte in Francia come dovunque del resto]. Il Presidente resta nel tema della gestione della crisi, non apre al dopo, se non per sfondi ampi: «Il nous faudra bâtir une stratégie où nous retrouverons le temps long, la possibilité de planifier, la sobriété carbone, la prévention, la résilience» [Dovremo costruire una strategia in cui ritroviamo tempi lunghi, la possibilità di pianificare, la limitazione di emissioni inquinanti, la prevenzione, la resilienza]. Ancora: «Sachons sortir des sentiers battus, des idéologies et sachons nous réinventer, moi le premier» [Usciamo dalle strade battute, dalle ideologie, e reinventiamo noi stessi, io per primo] – e quest'ultima espressione non passa inosservata, da un punto di vista politico.

Da capo di guerra a toni di umiltà, a passi di solidarietà nel citare parole come 'fatica', 'stanchezza', 'lutto', 'solitudine', 'tristezza': da un tono fermo e da un ritmo marziale dei primi discorsi a un messaggio più empatico, aperto alla speranza: «Il y a dans cette crise une chance: nous res-souder et prouver notre humanité, bâtir un autre projet dans la concorde. Un projet français, une raison de vivre ensemble profonde» [In questa crisi c'è un'opportunità: unirci e dimostrare la nostra umanità, costruire un altro progetto in armonia. Un progetto francese, una profonda ragione per vivere insieme].

Sembra che un consigliere del Presidente abbia diviso così i ruoli nella comunicazione del virus: al Presidente la supervisione, l'impulso e l'accompagnamento dei Francesi, al Primo Ministro la gestione operativa della crisi.

Concretamente, Édouard Philippe prende le decisioni quotidiane e negli interventi all'Assemblea nazionale e in tivù spiega le decisioni del governo. Adotta da subito la comunicazione di crisi, ossia l'umiltà: ogni domanda è importante, bisogna spiegare quello che si sa e quello che non si sa. Il 28 aprile illustra ai Francesi le fasi di una parola nuova, inventata non appena il *confinement* si è imposto: il suo contrario, il *déconfinement*, lanciato dallo stesso Primo Ministro il 1° aprile.

L'Assemblea approva il piano del governo per *déconfiner* la Francia – la fase 2 italiana –, con tre principi: «*Protéger, tester, isoler*» [proteggere, testare, isolare].

Le parole della crisi sanitaria

La crisi ridà frequenza a parole non così familiari, come *scolarisation à domicile, cours en ligne, télétravail, vidéoconférences*, piuttosto territori di sperimentazioni o di occasionalità. Non c'è spazio per parole inglesi, quelle francesi del resto c'erano già: non è questo certo il momento per risvegliarle, al contrario, è il momento di riaffermare che se l'articolo 2 della Costituzione recita che il francese è la lingua della Repubblica, tutti i cittadini hanno il diritto di ricevere in francese le parole di una crisi senza precedenti (si vedano le sezioni relative al tema nel sito della *Délégation générale à la langue française et aux langues de France*).

Queste parole diventano parte della vita quotidiana di tutti. Se in ambito aziendale i lavoratori sono ora tutti formidabili e straordinari, i ministri salutano l'eroismo di categorie professionali che non consideravano mai... i grazie piovono in abbondanza, con parole vecchie e nuove, che il virus mette o rimette in campo. Si moltiplicano siti e luoghi in cui queste parole diventano chiavi di lettura di un tragico periodo. Segnaliamo alcune di queste parole, che echeggiano maggiormente nella società francese.

‘Pandemia’ è un termine antico, che risale al 1666, ricorda Marc Gozlan in un contributo pubblicato su “Le Monde” il 17 marzo: lo utilizzò nel primo capitolo del suo libro *Morbus Anglicus: or the Anatomy of Consumptions*, pubblicato a Londra nel 1672, Gideon Harvey, un medico di origine olandese: «... which instances do evidently bring a Consumption under the notion of *Pandemick*, or *Endemick*, or rather a *Vernacular Disease of England*». Questo termine è rilanciato nell’uso collettivo dall’11 marzo, a seguito del discorso del dott. Tedros Adhanom Ghebreyesus, direttore generale dell’OMS, che definisce ‘pandemia’ il Covid-19. A ‘pandemia’ oppone parole che – afferma – contano molto di più, e sulle quali abbiamo il potere di agire: «Prevenzione. Preparazione. Salute pubblica. Leadership politica. E, soprattutto, le persone. Siamo tutti insieme, per fare le cose giuste con calma e per proteggere i cittadini del mondo». I cittadini del mondo: ‘pandemia’ in greco significava ‘il popolo tutto intero’.

Altre parole mediche diventano familiari, da Coronavirus (femminile in francese) e Covid-19, a Sars-CoV-2 (in fr., “coronavirus 2 della sindrome respiratoria acuta grave”), alle *comorbidités* (condizioni cliniche o terapeutiche che favoriscono un’evoluzione negativa dell’infezione, fattori di fragilità verso il virus), all’*incubation* (è il tempo che intercorre tra il momento del contagio e la comparsa dei sintomi di una malattia...).

Olivier Duhamel et Laurent Bigorgne pubblicano il 29 aprile 2020 un piccolo dizionario-reportage, *Les mots du coronavirus* (Daloz, Paris), per conservare la memoria dei fatti e delle parole che segnano la crisi del Covid-19, decidendo di versare i diritti d’autore dell’opera integralmente alla libreria di Sciences Po, la cui attività è stata bloccata per tutto il semestre. Ecco alcune voci trattate e le categorie alle quali fanno pensare: *Aides aux entreprises* per l’imprenditore, *Camus* per il colto e il letterato,

Capitalisme del XXI secolo per l'economista, *Complotistes* per il sociologo, *Conseil d'État* per il giurista, *Droit de retrait* per il lavoratore, *Elections municipales* per il politico, *Fake news* per il giornalista; poi ci sono le voci per tutti, come *Balcon* per gli applausi serali delle 20 ai medici e al personale sanitario, e a *Morts* per un omaggio alle vittime della pandemia.

Tante parole che corrono nella mente di tutti per definire un evento globale e totale, che coinvolge tutto il pianeta e sconvolge le vite di tutti senza distinzione, per una durata indeterminata. Quante incognite, quante conseguenze economiche e sociali, quanti effetti politici e culturali inimmaginabili.

Si lanciano allora frasi che diventano tormentoni condivisi: *s'en sortir sans sortir* [uscirne senza uscire], *chacun chez soi, mais chacun pour tous* [ciascuno a casa propria, ma ciascuno per tutti].

E poi qualche parola più leggera, come il *coronapéro* o l'*apéronavirus* o l'*apéroSkype*... di fine giornata di *télétravail*, e tanti giochi di parole, fra le quali un titolo di "Libération" il 31 marzo, «Confinement: la mélancovid».

Non manca infine l'intervista a Alain Rey, il riferimento francese per la salute e il futuro della lingua. Su "Le Point" del 18 aprile 2020, la giornalista Valérie Marin La Meslée raccoglie le parole di questa emergenza, rilette dal più famoso lessicografo francese che ne rileva invenzioni - il citato *déconfinement* - e rinnovamenti (le *soignant* non è un neologismo, ma la parola è utile per cancellare le gerarchie tra infermieri e grandi professori di medicina...). Obietta sulla scelta di *distanciation* (anche in italiano, *distanziamento* è tristissimo, non meglio *distanza sociale*, perché non mantenere solo la *distanza fisica*?): l'espressione non è ben scelta, Rey sottolinea il fatto che *distanciare* implica il separare, allontanare quello che rischia di essere pericoloso, mentre in questo difficile momento il

nostro pensiero è nel mettere a distanza l'altro, metterlo alla distanza di sicurezza, per proteggerlo, per proteggerci, non per allontanarci e separarci.

La mascherina: in francese non ha diminutivo, è le *masque*, un dispositivo che nasconde il volto e che procura un altro volto, ricorda Alain Rey, una parola a doppio taglio. La voce è già presente nel suo *Dictionnaire historique de la langue française, origines et histoire des mots* (Le Robert, Paris, nell'ultima edizione 2019): la parola latina corrispondente è *larva*, da cui l'espressione cartesiana «*larvatus prodeo*», ossia 'procedo mascherato'. Rey procede smascherando il potenziale semantico del mascherarsi, proprio degli agenti patogeni delle grandi epidemie, sempre mascherati all'inizio finché non vengono smascherati, combattuti e uccisi. L'ambiguità della parola mette in scena la potenza della sua funzione: ora, questa maschera è quella che ci salva, anche se insufficienti sono le quantità a disposizione per tutti. E si parla perciò del *masque grand public*, la mascherina per tutti.

Il vaccino viene dalla 'vaccina', la malattia dei bovini dovuta a un virus vicino al vaiolo – nella seconda metà del Settecento si trova in proposito la descrizione dell'attuale immunologia –, e il vaccino designa prima il virus della vaccina, poi ogni sostanza da inoculare per immunizzarsi. Arrivano così Louis Pasteur col vaccino antirabbico, Robert Koch col bacillo della tubercolosi, Alexandre Yersin con quello della peste... aspettiamo il nome della nostra salvezza e della liberazione.

Queste parole esprimono i nuovi riti della vita francese, e tramite la lingua diventano i punti di incontro dell'intera comunità francofona. I Francesi sono da subito colpiti dai canti sui balconi in Italia e ricreano questo appuntamento di incontro con gli applausi sui balconi alle otto di sera. Ma anche le parole fanno parte di queste nuove ritualità: la creazione lessicale e la sua condivisione costituiscono

un terreno di incontro in cui nuovi patti si sigillano, si genera uno spazio verbale e sonoro in cui si costruisce la nuova identità. E queste parole francesi, più che prestite all'inglese, sono prestite alla propria storia, e al dialogo con il linguaggio degli scienziati e degli specialisti, come *les gestes barrière*, ossia le misure cautelari per la propria protezione e il rispetto degli altri.

Conclusione

Come sarà la sposa di Pinkerton? Questa domanda non viene espressa nella *Madama Butterfly*, nessuno la pronuncia, eppure c'era da chiederselo, perché alla fine sarà lei ad accudire il figlio dell'amore della geisha Cio-Cio-San con il tenente della marina statunitense Benjamin Franklin Pinkerton: sarà Kate Pinkerton a far crescere questo bambino, a farlo diventare uomo, ma in un altro continente. Che cosa porterà con sé questo vaccino, quale 'sposa' ci consegnerà? Al di là di come tutto sia nato, questo virus che ci sta rivoluzionando la vita dove ci porterà? Come sarà dopo le fasi del dopo-emergenza, come sarà dopo il vaccino?

Le nostre scelte, le nostre visioni e i passi di ognuno di noi determineranno il futuro delle nostre famiglie. Una preoccupazione trasmessa in ognuno degli interventi televisivi istituzionali, una cura che lo Stato francese dichiara ai suoi *citoyens*. Dalla città deserta come in un quadro di De Chirico – uno spettacolo impressionante, grandioso a suo modo – alla città vissuta e amata nella nuova quotidianità. Lavoro e salute: sono gli imperativi della ricostruzione. Solidarietà e una via umanista: sono la via – vecchia e nuova – per la realtà sociale.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Adhanom Ghebreyesus T., *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19*, 11 marzo 2020, <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19-11-march-2020>.

Délégation générale à la langue française et aux langues de France, *Droit au français* (<https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Langue-francaise-et-langues-de-France/Politiques-de-la-langue/Droit-au-francais>).

Duhamel O. - Bigorgne L., *Les mots du coronavirus*, Dalloz, Paris, 2020.

Gozlan M., *Pandémie: histoire d'un mot et d'un concept*, "Le Monde", 17/03/2020 (<https://www.lemonde.fr/blog/realite-sbiomédicales/2020/03/17/pandemie-histoire-dun-mot-et-dun-concept/>).

Macron E., *Adresse aux Français, 13 avril 2020* (<https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2020/04/13/adresse-aux-francais-13-avril-2020>): anche per gli altri discorsi citati, si veda all'interno della sezione del sito dell'Eliseo.

Marin La Meslée V., *Petit abécédaire des mots qui nous assaillent en temps de pandémie*, "Le Point", 18/04/2020 (https://www.lepoint.fr/societe/petit-abecedaire-des-mots-qui-nous-assailent-en-temps-de-pandemie-18-04-2020-2371947_23.php).

Rey A., *Dictionnaire historique de la langue française, origines et histoire des mots*, Le Robert, Paris, 2019 [1992].

FEDERICA MISSAGLIA

Wo steht unser Land?¹

La comunicazione in Germania ai tempi del Coronavirus

La Repubblica Federale, colpita dal Coronavirus come tutti gli altri paesi del mondo, ha registrato un numero incredibilmente basso di vittime. Ha saputo reagire tempestivamente e con misure adeguate all'emergenza ed è riuscita a scongiurare il pericolo della pandemia Covid-19 che invece ha devastato purtroppo anche l'Italia.

Un sistema sanitario eccellente, che dispone di strumentazione tecnica all'avanguardia e standard elevati, un numero di posti in terapia intensiva a cinque cifre (28 mila all'inizio della pandemia, passati in sole tre settimane a 40 mila e che raggiungeranno presto i 56 mila), di cui hanno potuto usufruire anche alcune decine di pazienti italiani affetti dal virus che sono stati trasportati con voli militari in diversi *Bundesländer*, una produzione massiccia di mascherine (10 milioni di mascherine fpp2 e 40 milioni di mascherine chirurgiche a settimana) e oltre 2.5 milioni di tamponi effettuati (3 maggio 2020) hanno contribuito ad arginare la pandemia. Il successo della Germania nel contrastare il Coronavirus si fonda su un sistema avanzato di ricerca e di test diagnostici condotti

¹ A che punto è il nostro paese? - A. Merkel in conferenza stampa il 15 aprile 2020

presto e su larga scala e su una *task force* efficiente, guidata da Christian Drosten, direttore dell'Istituto di Virologia dell'Ospedale Universitario Charité di Berlino. Il professor Drosten, già noto alla comunità scientifica internazionale per le sue ricerche disponibili *online* e considerato tra i “maggiori esperti mondiali di Coronavirus” dalla rivista *Science*, è la figura di spicco nella lotta al Coronavirus in Germania. In poche settimane è diventato il punto di riferimento scientifico dei tedeschi conquistandone la fiducia. Con le sue consulenze scientifiche a politici e autorità e la sua forte presenza nei *media* – in conferenza stampa al fianco di Angela Merkel e del ministro della salute Jens Spahn, nei *talkshow*, su twitter, nei giornali e da fine febbraio nei podcast “Coronavirus-Update”, in onda sul *Norddeutscher Rundfunk* dal lunedì al venerdì – è diventato una star: “il dio dei virologi” e “l'uomo più ricercato della Germania” secondo il settimanale *Stern*, “il numero uno tra gli investigatori dell'epidemia” per lo *Spiegel*, “il medico più influente del paese” secondo il *Tagesspiegel*. Il popolo del *web* lo considera il suo eroe apprezzandone la competenza scientifica e la capacità divulgativa, la schiettezza e l'assenza di drammaticità, il rigore e l'affabilità.

Ma a rivelarsi vincenti nella lotta al virus in Germania sono state soprattutto le decisioni politiche rispetto alla strategia da impiegare e la comunicazione a esse relativa da parte degli enti di governo. Agendo in anticipo e con tempestività e rimanendo coerenti, i tedeschi hanno elaborato un programma per vivere con “Corona” e sono riusciti a mantenere, per quanto possibile, un discreto equilibrio tra sicurezza e libertà – con queste parole Markus Söder, Ministro della Baviera, ha spiegato il successo nel contenimento della crisi del suo *Land* nella conferenza stampa del 15 aprile 2020. I tedeschi tutti, non soltanto i bavaresi, hanno seguito le indicazioni dei governatori

dei loro *Länder* e si sono stretti (virtualmente, s'intende) intorno a loro. I sondaggi politici e in particolare la *Sonntagsfrage* (la cosiddetta domanda della domenica: Che partito voterebbe se domenica prossima ci fossero le elezioni federali?) riportati da Statista, il portale *web* federale di statistica, lo dimostrano: con un gradimento intorno al 38% per la CDU e del 47% per la CSU in Baviera, i cittadini tedeschi a fine aprile esprimono piena soddisfazione rispetto alle decisioni prese dal governo.

La cancelliera federale *in primis* ha saputo guidare la nazione con messaggi diretti, chiari e trasparenti, in cui ha fornito alla popolazione indicazioni precise e concrete senza mai tralasciare la componente individuale e soggettiva dei cittadini tedeschi. Facendo appello alla responsabilità individuale, ha concentrato l'attenzione sulle azioni piuttosto delle restrizioni, su ciò che si può (e si deve) fare piuttosto di ciò che è vietato.

In un discorso alla nazione che non ha precedenti nella storia del cancellierato di Angela Merkel, trasmesso dalle principali reti televisive della Repubblica Federale il 18 marzo 2020, la cancelliera si è rivolta ai cittadini federali con un appello accorato.

Il suo messaggio è chiaro e diretto: con poche parole semplici e precise Frau Merkel indica ai tedeschi la via da seguire e illustra i comportamenti da tenere, nel rispetto di sé stessi e degli altri. Con frasi brevi e concise (in media 16.7 parole) Merkel trasmette la consapevolezza che agendo con fermezza e rispettando poche e semplici norme igieniche e di distanziamento fisico e sociale, si potrà rallentare la diffusione del Coronavirus. Di fronte al pericolo di diffusione della pandemia dovuta al Covid-19 Merkel "parla la lingua" dei tedeschi facendo appello alla ragione (la *Vernunft* di kantiana memoria), all'unità della popolazione e alla disciplina di ogni singolo cittadino per il bene della collettività.

Sono i principi di una democrazia aperta a esigere l'intervento della cancelliera: si tratta di illustrare e rendere trasparenti le decisioni del governo, motivare le azioni politiche e comunicarle in modo chiaro affinché possano essere ben comprese da tutti. Nel discorso televisivo alla nazione Merkel passa dall'io (18 occorrenze) al voi (*Sie*, in tedesco si usa la forma di cortesia plurale "Loro" – 16 occorrenze), ma il pronome in assoluto più ricorrente è noi (*wir* e *uns* con rispettivamente 40 e 23 occorrenze).

Facendo appello alla ragione, ma anche ai sentimenti Merkel costruisce una relazione solida e diretta con i concittadini tedeschi, che seguono con apprensione e partecipazione le indicazioni della loro cancelliera, apprezzandone il rigore e l'onestà intellettuale, l'assenza di orpelli retorici o di false illusioni.

Il discorso televisivo alla nazione mostra tutte le caratteristiche strutturali e formali del discorso persuasivo-appellativo: con il pragmatismo della scienziata che la contraddistingue (cfr. de Romanis 2009) – Angela Merkel ha un PhD in Fisica e ha dunque una solida formazione scientifico-sperimentale basata su dati empirici e su esperimenti condotti con rigore scientifico – la cancelliera passa con estrema lucidità e senza mai nascondere la gravità della situazione ("la situazione è seria") dall'osservazione dei dati empirici all'ipotesi, dagli strumenti agli obiettivi, che come dirà più volte in seguito sono di "appiattire la curva" della diffusione e imparare a convivere con il virus. E come ogni pubblicazione scientifica seria che si rispetti, non manca di citare la bibliografia, indicando le fonti scientifiche – l'ormai onnipresente *Robert Koch Institut* (RKI) – e mettendo altresì in guardia i cittadini di fronte alle informazioni distorte e inaffidabili, invitandoli ad affidarsi soltanto alle fonti ufficiali e a diffidare delle *fake news*.

Si pone nella prospettiva pragmatica della scienziata che illustra i dati osservabili, sezionandoli con precisione,

e li presenta ai telespettatori con poche parole semplici e dirette. La chiarezza espositiva si esplicita attraverso termini concreti, brevi e di uso quotidiano. Tra le parole più frequenti nel discorso di Angela Merkel vi sono infatti *leben* (vivere), *virus*, *Menschen* (persone), *schwer* (difficile), *Zeit* (tempo), *Einschränkungen* (restrizioni):



Fig. 1 - Le parole più frequenti del discorso televisivo alla nazione di A. Merkel - 18.3.2020 (parole totali: 1619) - elaborazione condotta con Voyant Tools

I dati oggettivi, che fanno appello al *logos*, sono suffragati dai riferimenti soggettivi e individuali, che fanno invece appello al *pathos*: con un rimando esplicito al proprio passato di cittadina della ex-Repubblica Democratica Tedesca, priva della libertà di spostarsi e di viaggiare, Merkel sottolinea il peso della decisione del governo di limitare la libertà individuale di viaggi e spostamenti. Per chi, come lei, ha vissuto la dittatura della DDR, risulta particolarmente difficile decidere di limitare la libertà dei cittadini, *die Freiheit* (per un'interessante discussione del tema della libertà nella

prospettiva di chi ha vissuto nell'ex-DDR cfr. anche Gauck 2012). La cancelliera chiede di fare questo enorme sacrificio in nome di una particolare accezione della democrazia: “Siamo una democrazia. Non viviamo di costrizioni, bensì di sapere condiviso e di collaborazione”.

Mantiene lo schema di rigore logico-scientifico caratteristico degli studi sperimentali anche il discorso “Un fragile successo provvisorio”, tenuto da Angela Merkel il 15 aprile 2020 in conferenza stampa e diventato ben presto virale anche in Italia. Il discorso è disponibile anche in traduzione nel linguaggio dei segni e nella cosiddetta *leichte Sprache*, linguaggio semplificato rivolto a persone con difficoltà cognitive oppure con problemi di comprensione.

In poco più di 10 minuti la cancelliera fornisce un quadro dettagliato ed esaustivo della situazione attuale in cui versa la Germania e anticipa il programma delle settimane a venire.

Il discorso si sviluppa intorno all'asse spazio-temporale: lo spazio è qui in Germania e il tempo è oggi *vs.* domani, vale a dire dopo il 4 maggio, quando si darà avvio alla cosiddetta fase 2.

I riferimenti spaziali e temporali sono concreti e non lasciano spazio a fraintendimenti o ambiguità: con poche parole, semplici e di uso quotidiano e frasi brevi (in media 18,9 parole) Angela Merkel presenta ai concittadini le informazioni essenziali rispetto agli spostamenti, all'approvvigionamento, ai dispositivi di protezione e alla distanza interpersonale da mantenere (almeno un metro e mezzo!). Lo stile della cancelliera è essenziale e le scelte lessicali sono sempre precise e concrete: non parla di educazione in senso lato, bensì concretamente di asili, scuole e università, parla poi di paese e di Germania, di mascherine, tamponi e App; tra le parole più frequenti vi

sono infatti *Menschen* (persone), *leben* (vivere), öffentlich (pubblico), *Bereich*, *Frage* (ambito, questione) e naturalmente *Deutschland*:



Fig. 2 - Le parole più frequenti del discorso
“Un fragile successo provvisorio” di A. Merkel - 15.4.2020
(parole totali: 1457) - elaborazione condotta con Voyant Tools

Per la pianificazione futura, ovvero successiva al 4 maggio, i riferimenti sono concreti e a tratti scientifici, poiché rimandano ai programmi igienico-sanitari, scolastico-educativi e giovanili e a rinomati enti di ricerca e di governo (*Robert Koch Institut*, *Kultusministerkonferenz*, *Jugendministerkonferenz*), che forniscono una solida base scientifica per la programmazione della fase 2.

Seppur questo discorso sia ascrivibile alla tipologia del discorso informativo-referenziale, in cui prevale il riferimento a dati, fatti, alla ragione e al *logos* (per un approfondimento del tema *Public Speaking* dei politici tedeschi cfr. Missaglia 2013), la cancelliera fa sovente appello al *pathos* e ai sentimenti e riesce a instaurare una relazione diretta con i destinatari del messaggio: ringrazia a più riprese i

cittadini, senza i quali il successo – seppur fragile e provvisorio – non avrebbe potuto essere raggiunto. Mantiene la sua caratteristica schiettezza e cautela – “Ciò che abbiamo raggiunto è un successo provvisorio, niente di più, niente di meno” – e sottolinea la rilevanza del senso di responsabilità individuale e di solidarietà nei confronti della collettività. I tedeschi devono rispettare le regole non tanto per “fare un favore al governo”, bensì per aiutare il prossimo. Frequenti a questo proposito sono i riferimenti alla solidarietà e alla collettività: Angela Merkel passa rapidamente dall’io (*ich* – 15 occorrenze) e dal noi esclusivo (noi e non voi) al noi inclusivo (noi e voi) – le occorrenze di *wir* e *uns* ammontano rispettivamente a 61 e 26.

Con toni pacati e protettivi la cancelliera disegna la mappa della Repubblica Federale e traccia il percorso delle settimane a venire, con tappe precise, distanziate ma puntuali. Le comunicazioni si susseguiranno, come è stato finora, a distanza di 14 giorni una dall’altra, perché questo è l’arco di tempo che consente la misurazione dei dati e dei cambiamenti, nonché una cauta ma affidabile programmazione futura.

I tedeschi, insomma, sanno esattamente a che punto sono e dove stanno andando, nella piena certezza che chi li governa ha, per quanto possibile, il controllo della situazione e comunica tempestivamente e con rigorosa precisione ogni cambiamento. Soltanto così è possibile programmare – con il supporto degli esperti e affidandosi alla ricerca – una strategia organizzata per uscire dall’emergenza.

Gli italiani agli occhi (e nei cuori!) dei tedeschi – Una postilla

Al di là di quello che alcuni malintenzionati hanno voluto far credere agli italiani, i tedeschi si sono preoccupati sin da subito delle sorti dell’Italia e hanno partecipato con

apprensione e sofferenza alla tragedia italiana. Manifestazioni di affetto sincero e di sostegno sono giunti a noi dalla stampa tedesca seria – quotidiani come la *Frankfurter Allgemeine Zeitung* con un bell'articolo a tutta pagina all'interno del tricolore dal titolo (in italiano) “Ci mancate” (Niklas Maak, 22 marzo 2020) e la *Süddeutsche Zeitung* (“Solidarietà esemplare”, Andrea Bachstein, 23 marzo 2020), settimanali come *Die ZEIT*, diretto dall'italo-tedesco Giovanni di Lorenzo, e non ultimo *Der Spiegel*. In un articolo firmato da Thomas Fricke (“La fatale immagine distorta dell'Italia da parte della Germania”, *Spiegel online*, 24 aprile 2020), assai critico nei confronti dell'arroganza di alcuni tedeschi che puntano il dito contro gli italiani, il giornalista spiega – con pragmatica lucidità e non senza sarcasmo nei confronti di “sapietoni”, “pagliacci che vogliono spiegare il mondo” e “saccenti economisti” – le cause del collasso dell'Italia: tagli alla spesa pubblica, tagli alla sanità, tagli all'educazione, altro che dolce vita... “Certo non è direttamente colpa dei politici tedeschi, ma è giunto il momento di piantarla con i falsi insegnamenti e di partecipare a risolvere il disastro, caro Signor Schäuble. Oppure di dire “scusi” (in italiano nell'articolo di Fricke)”.

Lontani da stereotipi e falsi cliché – mafia e Dolce Vita (“Dolce vita? Stupidaggini”, Fricke in *Spiegel online*) – i simboli dell'Italia ai quali fanno riferimento i *media* tedeschi sono ben altri: Alfa Romeo e Paolo Conte, la campagna cara a Goethe e la Cappella San Severo a Napoli, il Lacryma Christi e il cornetto (Maak nella FAZ), il risparmio privato (Fricke in *Spiegel online*). E quando i giornalisti tedeschi cercano figure che rappresentino gli italiani, non le vanno tanto a cercare tra i politici oppure tra i rappresentanti di governo quanto piuttosto tra gli italiani medi, tra i grandi italiani del passato oppure individuano

“l’italiano” in un grande italiano di oggi, che italiano di nascita o di cittadinanza in realtà non è: Papa Francesco.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

V. de Romanis, *Il metodo Merkel. Il pragmatismo alla guida dell’Europa*, Marsilio, Venezia, 2009.

J. Gauck, *Freiheit. Ein Plädoyer.*; Kösel, München, 2012.

F. Missaglia, *Public Speaking. Deutsche Reden in Theorie und Praxis*, Vita e Pensiero, Milano, 2013.

Statista – <https://de.statista.com>

Voyant Tools – <https://voyant-tools.org>

“Ansprache an die Nation”, 18 marzo 2020 – <https://www.n-tv.de/mediathek/videos/politik/Kanzlerin-Merkels-Rede-in-voller-Laenge-article21652967.html> (ultimo accesso: 5.5.2020)

“Ein zerbrechlicher Zwischenerfolg”, 15 aprile 2020 – <https://www.bundeskanzlerin.de/bkin-de/mediathek/live-aus-dem-kanzleramt/-ein-zerbrechlicher-zwischenerfolg-1744242!mediathek?query> (ultimo accesso: 5.5.2020)

Spiegel online – <https://www.spiegel.de>

ENRICO REGGIANI

La textual politics di Johnson e il *Churchill Factor* contro il Covid-19

È facile prevedere che il *corpus* testuale e letterario in lingua inglese di ogni tempo, latitudine e fattura rechi testimonianza delle profonde ferite inferte agli umani da morbi, bacilli, virus, microbi, batteri e affini. Non di rado purtroppo, nei più impervi tornanti della storia, tali ferite sono state prodotte in quel *corpus* (*latinorum* proposto da chi scrive, quindi, in senso sia letterale, sia metaforico) da *colpi* di matrice epidemica (ovvero diffusa tra una porzione della popolazione) o pandemica (ovvero diffusa tra tutta la popolazione esistente). L'idioma della Perfida Albione è uso designare questi *colpi* con un lessema ansiogeno e terrificante, *plague*, che fa riferimento proprio a un'atavica radice etimologica "colpo", per la quale, in estrema sintesi e con inevitabile approssimazione, una fonte autorevole indica la seguente evoluzione semantica: "malattia" e "flagello" nel trecento, "malattia incurabile" nel quattrocento, "epidemia che causa molte morti" intorno alla metà del cinquecento, "peste bubbonica" nel seicento.

Tracce epidemiche nella letteratura inglese

Tra le numerose plaghe del *corpus* testuale e letterario in lingua inglese in cui varie *plagues* della storia inflissero i tremendi colpi dell'epidemia si possono annoverare opere

più o meno celebri di autori noti e notissimi: ad esempio, il controverso *Racconto del Venditore di Indulgenze* dei *Canterbury Tales* di Geoffrey Chaucer (databile 1394-1396); l'affascinante *Mercante di Venezia* (1596-1599) di William Shakespeare; il minuzioso *Diario* londinese (1660-1669) di Samuel Pepys; il lungimirante *Diario dell'Anno della Peste* pubblicato anonimo nel 1722 da Daniel Defoe. Va da sé che ciascuno di questi testi emblematici declina l'esperienza dell'epidemia intrecciando tradizioni e talenti individuali differenti, enfatizzando implicazioni e conseguenze diverse, privilegiando dati e fatti funzionalmente orientati secondo specifiche finalità comunicative, culturali, socio-politiche.

Passiamone rapidamente in rassegna alcune caratteristiche emblematiche. Proprio grazie alla trecentesca cornice cronotopica della Peste Nera, per la cui testualizzazione e letterarizzazione “gli Antichi potevano offrire una guida di portata assai limitata” (Bertolet-Epstein 2018: 5), Chaucer “riuscì a suscitare una grande varietà di reazioni nel pubblico del suo tempo, larga parte del quale aveva conosciuto in prima persona quella pestilenza” (Beidler 1982: 57). Due secoli dopo, nel *Mercante di Venezia*, Shakespeare miscelò i linguaggi del commercio e dell'epidemia secondo una prassi caratteristica del discorso mercantilistico del suo tempo (Harris 2003: 12). Tra il 1665 e il 1666, mentre divampava la Grande Peste di Londra, Pepys ne registrò nel suo *Diario* alcune tracce assai emblematiche (Gyford 2003-2012): il 30 aprile 1665 annotò le “grandi paure per la malattia qui nella City”; il 1° ottobre lamentò che “qui le cose vanno in pezzi, visto che nessuno si cura di nulla, ma tutti pensano ai propri affari o svaghi e anche il Re ad alcune sue quisquiglie: è certo che così il regno non potrà resistere a lungo”; il 31 dicembre pregò Dio che “possa continuare a diminuire la peste, che tiene lontana la corte dal centro degli affa-

ri, mandando tutte le questioni pubbliche in rovina, dal momento che i reali non se ne preoccupano essendo distanti da Londra”. Infine, rivisitando proprio gli anni non lontani e tremendi della Grande Peste in un’opera “che è in fondo un romanzo storico” (Bertinetti 2020: 23), la voce narrante del *Diario* di Defoe propose riflessioni che suonano purtroppo assai familiari ai nostri orecchi a tre secoli di distanza: “Due alternative importanti avevo di fronte: l’una era di mandare avanti bottega e commercio, ch’era considerevole, avendo investito in esso tutti i beni ch’io avevo al mondo; l’altra era la salvezza della mia vita in una calamità così spaventosa quale vedevo manifestamente sopraggiungere su tutta la City; e che, per quanto grande fosse, i terrori miei, come probabilmente quelli degli altri, immaginavamo molto maggiore di quanto non potesse mai essere” (Defoe 2000: 42).

The Influenza: una poesia contro l’epidemia

Quasi duecento anni dopo Defoe, al tramonto del diciannovesimo secolo, ci fu anche qualcuno che, nelle pagine della rivista di un’istituzione scolastica di Harrow (allora borgo municipale nella contea storica di Middlesex), reagì con la poesia *The Influenza* (dodici sestine di versi metricamente raffinati; Sandys 1994: 43) al tragico fenomeno di un’epidemia che divampò tra Asia ed Europa uccidendo un milione di persone tra il 1889 e il 1890. Quanto segue ne offre un inedito esercizio traduttivo (di servizio e non metrico) a cura dell’autore di questo breve saggio:

Deh, come potrò raccontare le sue gesta
O misurare l’indicibile quantità
Di mali che ha compiuto?
Dalla luminosa terra celestiale della Cina
Fino alla sabbia assetata d’Arabia
Viaggiò con il sole.

Per miglia, lungo le desolate pianure della Siberia,
Tra gli esuli russi in catene stremati dal lavoro
Avanzò il suo passo silenzioso;
Mentre scivolava lentamente a un dipresso,
La seguivano attraversando il cielo
Gli spiriti dei morti.

Le vette degli Urali scalò.
Né ostacolo né barriera riuscirono
A deviarla dalla sua strada;
Giunse lentamente e inesorabilmente,
Annunziata dalla sua terrificante fama,
Ingigantendo giorno dopo giorno.

A Mosca, città bella e famosa
Dove cadde di Napoleone la prima corona,
Terribile fu la sua incursione;
Ricco, povero, nobile, umile,
Tutti conobbero la varietà dei suoi sintomi,
Tutti finché allentò la sua morsa.

Né venti contrari, né cateratte del cielo
Fermarono il veleno tre volte maledetto;
Con implacabile mano,
Imparziale, crudele e severa
La sua via perseguì alleata con la paura
Distruggendo la terra patria.

La bella Alsazia e la misera Lorena,
Causa di amarezza e dolore
In molti gallici cuori,
Ricevono il vile, insaziabile flagello:
Le lor città a fatica ne reggono l'onda,
Né posson mai sostar né trovar pace.

Or Europa a gran voce geme,
Sotto la pesante e tonante nube
Tacciono canto e danza;
Giorno dopo giorno i germi del morbo
Verso occidente prendon la via
Ed entrano nell'allegria Francia.

Terra bella di Gallia, i tuoi patrioti ardimentosi
Che non temon la morte e spregian la tomba,
A questo nemico non possono opporsi:
La sua mano ripugnante e il suo crudele morso,
Il suo pestilenziale fiato e la sua ala letale
Le tue città troppo a fondo conoscono.

Nel porto di Calais staziona il morbo,
Come fecero i Francesi nei tempi andati,
E minaccia l'isola della Libertà;
Ora nessun Nelson sbaragliar potrebbe
Un tal crudele, invincibile nemico,
né trarci in salvo dalle sue malizie.

Fu Padre Nettuno a battersi con forza
Per moderare l'inferral pestilenza
E ostacolarla nel suo percorso;
Passò sì la striscia di acqua salata
E ne penetrò il sottile confine:
Ma a noi giunse con forza piegata.

Sebbene impazzasse in lungo e in largo
Tra villaggi, città e campagne,
Il suo letale potere scemava;
Con i favorevoli venti di Primavera
(Benedetto sia il tempo di cui canto)
Lasciò la nostra costa natia.

Dio protegga l'Impero nostro dalla potenza
Di guerra o carestia, peste o moria,
Dall'intero potere dell'Inferno:
Sempre lo conservi nelle mani
Di coloro che combatterono altre nazioni,
che combatterono e ben prevalsero.

Winston Churchill e le epidemie, letterali e metaforiche

È tempo di premiare chi ha letto con pazienza questo
impegnativo sforzo poetico di liceale (e la sua modesta

versione italiana) svelandone l'autore e la ragione per cui è stato citato integralmente. L'autore, innanzitutto: come il lettore avrà forse intuito, si tratta di Winston Churchill (1874-1965) e *The Influenza* è probabilmente il suo primo riferimento testualmente documentato all'approccio che egli adottò nei confronti di ogni "insaziabile flagello" epidemico che lo Storia gli mise davanti. Ne affrontò anche altri, tali in senso letterale e analoghi a quello descritto in quel giovanile testo poetico: ad esempio, ebbe incarichi governativi durante la terribile influenza spagnola del 1917-1919, durante la meno drammatica ondata del 1937, ed espresse il suo pensiero in proposito in un celebre passo di un discorso tenuto il 2 marzo 1944 al Royal College of Physicians (R. Churchill 1966: 351): "Le scoperte della scienza medica devono essere eredità di tutti. [...] La malattia deve essere attaccata a prescindere da chi ne sia il bersaglio: uomini o donne più poveri o più ricchi. Va attaccata perché è il nemico, e deve essere attaccata nello stesso modo in cui intervengono i pompieri, a prescindere che si tratti della più umile villetta o della più prestigiosa magione".

Ancora più devastanti furono altri flagelli che Churchill dovette combattere: quelli dei totalitarismi novecenteschi, i "creeds of the devil" (Wolff 1976: 395), per definire i quali Churchill ricorse spesso alla metafora epidemica della peste: descrisse Lenin come "bacillo pestilenziale" (W. Churchill 1923: 73) quando, il 9 aprile 1917, quest'ultimo tornò in Russia dal suo esilio politico in Svizzera con l'aiuto della Germania; definì "portatrice di peste" (*plague-bearing*) la Russia degli anni 1917-1922, durante i quali l'epidemia metaforica di "dottrine politiche che distrussero la salute e le anime delle nazioni" (W. Churchill 1929: 274) si congiunse all'epidemia letterale di tifo che travolse la popolazione russa dopo la Prima Guerra Mondiale; infine, durante un discorso tenuto alla

Camera dei Comuni il 3 settembre 1939, metaforizzò in quello stesso modo “la pestilenza della tirannia nazista”, dalla quale era obbligo difendere “tutto ciò che c’è di più sacro per l’uomo”, confermando tale scelta metaforica nel discorso “Al Popolo Francese” (21 ottobre 1940), in cui confermava l’impegno britannico di “ripulire l’Europa dalla pestilenza nazista e di salvare il mondo dalla nuova barbarie” (W. Churchill 1941: 160-170, 403 e 406).

Boris Johnson e il Churchill Factor

Veniamo ora alla ragione per cui si è insistito sulla rilevanza di Churchill rispetto all’argomento in questione, al punto di ritenere pertinente la citazione integrale di una sua poesia giovanile. È presto detto: chi, esercitando “the Prime Minister’s office”, nell’attuale contingenza pandemica regge da 10 Downing Street l’urto subdolo del Covid-19 con le inevitabili incertezze e contraddizioni determinate da uno scenario impreveduto e inaudito, nonché sperimentandone gli esiti sulla sua persona e su gli altri componenti della sua famiglia, ispira la sua esperienza partitica, politica e istituzionale proprio al modello del *Lion of Britain*. Di più: Boris Johnson è a tal punto convinto dell’imprescindibile centralità di tale modello da individuare ne *The Churchill Factor* “la fragorosa controprova umana nei confronti di tutti [gli storici marxisti: nER: riferimento eliminato nel retro di copertina] che ritengono che la Storia sia la storia di vaste e impersonali forze economiche. La sostanza del *Churchill Factor* è che un solo uomo può fare la differenza” (Johnson 2015: 12), come recita anche il sottotitolo del volume omonimo che Johnson ha pubblicato nel 2015.

Non è questa la sede per approfondire la plurisecolare tradizione culturale, politica e istituzionale del *One-Nation Toryism*, altrimenti detta *One-Nation Conservatism*

ovvero *Tory Democracy*, alla quale, fin dai tempi in cui era sindaco di Londra, Johnson ha sempre confermato di appartenere, con toni analoghi a quelli di un'intervista rilasciata nel 2010 e con alcune esemplificazioni operative concretissime e paternalistiche (nel senso cultural-politico e tecnico-amministrativo di tale aggettivo) in linea con quella tradizione: "Sono un *One-Nation Tory*. C'è un preciso dovere dei ricchi nei confronti dei poveri e dei bisognosi. Tuttavia, non si consente alle persone di esercitare e rispondere a quel dovere se esse vengono punite fiscalmente in modo tanto feroce da costringerle a lasciare questa città e questo Paese. Voglio che Londra sia un posto competitivo e dinamico in cui venire a lavorare" (Brogan 2010).

In questa sede è, invece, pertinente segnalare che proprio la plurisecolare *textual politics*¹ del *One-Nation Toryism* è alla radice dei discorsi pronunciati da Johnson in questa sventurata contingenza pandemica. Benché inevitabilmente attualizzati nei contenuti, essi ripropongono, infatti, nella loro gestione delle "politiche della testualità" la stessa fisionomia comunicativa dei discorsi di alcuni dei principali protagonisti dell'evoluzione storica del *One-Nation Toryism*. In *The Churchill Factor* è lo stesso Johnson a evocare il modello retorico del "più grande mago

¹ Cfr. in proposito Jay L. Lemke, *Textual Politics. Discourse and Social Dynamics*, London, Taylor & Francis, 1995, pp. 1-2 (mio corsivo): "The *textual*, in the broad sense of all the meanings we make, whether in words or by deeds, is deeply *political*. Our meanings shape and are shaped by our social relationships, both as individuals and as members of social groups. These social relationships bind us into communities, our age-groups, our genders, and our era in history. Even more, they define the relationships between communities, age-groups, genders, social classes, cultures and subcultures – all of which are quintessentially *political* relationships. The *political*, in the broad sense of all the social relationships within and between communities and individuals that are shaped by our powers to help and to hurt, is in turn also profoundly *textual*".

degli opportunisti Tory, Benjamin Disraeli” (1804-1881) (Johnson 2015: 232), il quale condivide anche con i suoi epigoni sia la propensione a impiegare le risorse letterarie del romanzo per illustrare e socializzare le sue convinzioni socio-politiche, sia l’evoluzione di una *textual politics* che sostituì lo “stile elaborato degli anni giovanili” con un approccio “più dimesso, persino orientato a pessimismo”, tendente a “riservare arguzie e spunti geniali agli ultimi quindici minuti” di interventi comunque brevi e caratterizzati da un “tono distaccato e mondano” (St John 2010²: 218).

È ancora Boris Johnson a evidenziare la connessione diretta tra i discorsi di Disraeli e di Winston Churchill, con la sapiente mediazione del padre di quest’ultimo, Lord Randolph (1849-1895), il quale (come il padre dello stesso Johnson, Stanley) trasmise al figlio la convinzione che “di tutti i talenti concessi agli esseri umani, nessuno è più prezioso del dono dell’arte oratoria”. Johnson dedica più di un’attenzione nel suo *The Churchill Factor* alla fonte di questa citazione dello statista inglese, il saggio giovanile del 1897 intitolato *L’impalcatura dell’arte oratoria* in cui il giovane Churchill completa emblematicamente quel suo pensiero iniziale come segue: “Colui che ne gode dispone di un potere più duraturo di quello di un grande re. È una forza che non dipende da nessuno al mondo. Abbandonato dal suo partito, tradito dai suoi amici, privato delle sue funzioni, chi può comandare tale potere resta formidabile” (R. Churchill 1967: 816).

Un’analisi testuale accurata – non orientata ideologicamente in alcuna direzione, nonché ermeneuticamente imparziale – dei discorsi di Boris Johnson nel tempo del Covid-19 potrebbe ritrovarvi agevolmente tracce cospicue e indubitabili dell’eredità di quel giovanile saggio churchilliano: ad esempio, “easiness of intercourse” nell’im-

mediatezza comunicativa – anche spiacevole – dell’intervento del 12 marzo; carattere “sympathetic, sentimental and earnest”, come nel caso della notizia della propria positività al Covid-19 del 27 marzo; “a series of vivid impressions which are replaced before they can be too closely examined and vanish before they can be assailed”, di cui Johnson ha dato prova nell’annunciare il suo ritorno al n. 10 di Downing Street il 27 aprile. Comunque la si pensi sugli esiti dell’azione politica di Johnson in questo dilaniante frangente epidemico, è palese e intenzionale la volontà del Primo Ministro britannico di riproporre la *textual politics* di una tradizione culturale e politica che vanta radici profonde nell’esperienza del Regno Unito. In tal modo egli ha confermato una volta di più la sua fedeltà al *Churchill Factor* con discorsi in cui (si noti l’abile amplificazione di un intraducibile *idiom* con un’insolita similitudine) “phrases [are] revised and licked into shape as a she-bear licks her cubs” (Johnson 2015:25).

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

P. G. Beidler, *The Plague and Chaucer’s Pardoner*, *The Chaucer Review*, 16 (1982), pp. 257-269.

P. Bertinetti, “1665, la peste a Londra. Dal ‘Diario’ di Defoe un ammonimento per la nostra ‘fase 2’”, *La Stampa*, 20 aprile 2020, p. 23.

C.E. Bertolet - R. Epstein, *Introduction*, in Id. (eds.), *Money, Commerce, and Economics in Late Medieval English Literature*, New York, Palgrave Macmillan, 2018.

B. Brogan, “Boris Johnson Interview: My advice to David Cameron? I’ve made savings, so can you”, *The Telegraph*, 29 April 2010, <https://bit.ly/2ys0biN> (ultimo accesso: 3 maggio 2020).

R.S. Churchill, *Winston S. Churchill: Road to Victory, 1941-1945*, London, Heinemann, 1966.

R.S. Churchill, *Winston S. Churchill. Volume 1: Youth, 1874-1900*, London, Heinemann, 1967.

- W. Churchill, *The World Crisis. Volume 5: The Unknown War. The Eastern Front*, London, Butterworth, 1923.
- W. Churchill, *The World Crisis. Volume 4: 1918-1928, The Aftermath*, London, Butterworth, 1929.
- W. Churchill, *Blood, Sweat and Tears*, New York, Putnam's Sons, 1941.
- D. Defoe, *Diario dell'anno della peste*, Milano, Mondadori, 2000.
- J.G. Harris, *Sick Economies: Drama, Mercantilism, and Disease in Shakespeare's England*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 2003.
- P. Gyford, *The Diary of Samuel Pepys. Daily entries from the 17th century London diary*, <https://www.pepysdiary.com/>, 2003-2012 (ultimo accesso: 3 maggio 2020).
- B. Johnson, *The Churchill Factor: How One Man Made History*, London, Hodder & Stoughton, 2015.
- C. Sandys, *From Winston with Love and Kisses: The Young Churchill*, London, Sinclair-Stevenson, 1994.
- I. St John, *Disraeli and the Art of Victorian Politics*, London, Anthem Press, 2010².
- M. Wolff (ed.), *The Collected Essays of Sir Winston Churchill, Vol.2: Churchill and Politics*, London, Library of Imperial History, 1976.

Televisione e *leadership* politica in Spagna durante crisi di Covid-19

Il consumo televisivo di fronte al Covid-19: nuove audience e nuove abitudini

Il confinamento provocato dalla crisi del Covid-19 ha imposto una nuova realtà, mai verificatasi finora, nei media spagnoli. Esistono due chiari fattori che sono alla base di questa situazione inedita. Da un lato, gli spagnoli non hanno mai avuto accesso a un'offerta di contenuti televisivi e audiovisivi così ingente come quella attuale. L'enorme diffusione dei dispositivi mobili, l'estensione dei contenuti *on demand* da parte delle reti tradizionali così come l'aumento degli abbonati delle piattaforme *Over the top* (alle quali si è recentemente aggiunta Disney +) hanno contribuito a un aumento generale dell'offerta. Dall'altra, nella storia della Spagna non c'è mai stato un confinamento (*lockdown*) così rigoroso e capillare come quello che abbiamo vissuto, che ha reso "prigionieri" la maggior parte dei 47 milioni di spagnoli. Questo termine, "prigioniero", va sottolineato: esso spiega in gran parte la ragione dei dati che analizzeremo di seguito.

Fino a febbraio del 2020 si discuteva ampiamente sulla "fine della televisione", anche se mancava ancora una definizione chiara di cosa significasse, oggi, il termine "televisione". Appena un paio di mesi dopo la tv è tornata ad

essere uno dei media più importanti nelle case spagnole durante la quarantena.

Il *lockdown* è riuscito a ottenere qualcosa di impensabile solo qualche mese fa: ha ridato alla televisione il posto centrale che aveva avuto nelle case spagnole degli anni Settanta e Ottanta. Basta analizzare i dati di ascolto per accertare che guardare la TV è stata una delle attività favorite dagli spagnoli durante questa crisi. Domenica 15 marzo (il giorno successivo al decreto sullo “Stato di allerta”) è stato registrato il record di ascolto in Spagna: 344 minuti per persona (l’anno precedente questa media era stata di 233 minuti). Questa tendenza si è mantenuta per il resto del mese di marzo, giacché la media non è scesa al di sotto delle 5 ore per persona al giorno. La nuova realtà dell’isolamento, che connette allo stesso tempo i bisogni di intrattenimento e informazione a fronte di una situazione totalmente negativa ed inedita, è la causa principale di questo elevato consumo, che finisce per lambire la soglia delle 6 ore quotidiane. Tuttavia, questi dati elevati relativi al consumo televisivo hanno avuto un’evoluzione durante le prime sette settimane di confinamento: i consumi sono lentamente decresciuti, sebbene mantenendosi al di sopra di quanto registrato nei mesi o negli anni precedenti.

Il confinamento ha attirato alla televisione gruppi tradizionalmente distanti dal piccolo schermo e più abituati a un consumo digitale, come i bambini e giovani. La parte di popolazione tra i 13 e i 24 anni ha aumentato il suo consumo di quasi il 60% durante le due prime settimane di confinamento, mentre il tempo medio di consumo dei più piccoli (4-13) è salito del 48% secondo i dati rilevati da Kantar Media. Si è trattato anche dell’opportunità per alcuni canali televisivi di favorire una scoperta del mezzo presso gruppi sociali poco avvezzi a guardare molta televisione.

Ma cosa cercavano gli spagnoli in televisione? Per quanto riguarda le preferenze di contenuto, questa situazione inedita mostra chiaramente la rivalutazione della televisione come mezzo informativo. Dei dieci programmi più visti a marzo, quattro sono di genere informativo, a differenza di quanto accaduto a febbraio o a marzo del 2019. È senza dubbio un cambiamento molto notevole dal momento che esso trasforma nuovamente la televisione in un mezzo di informazione di massa dotato di grande credibilità. In effetti, tutti i telegiornali dei canali spagnoli hanno visto un aumento del loro pubblico, il che suppone una “riconquista” di quei cittadini tradizionalmente più lontani dall’informazione in Tv (Casero, 2020). Ricordiamo che l’informazione è precisamente il segno distintivo dei canali televisivi rispetto alle piattaforme di *streaming* o OTT (*Over the top*, come Netflix o Disney+), poiché nella competizione per l’intrattenimento e la fiction lo scontro è invece diretto. La televisione in chiaro rimane, com’era anni fa, testimone di eventi eccezionali come questo: basti pensare al record raggiunto il 14 marzo con la conferenza stampa del presidente Pedro Sánchez, che ha riunito più di 18 milioni di spagnoli davanti il piccolo schermo.

Oltre a questo contatto con l’attualità, con il presente e la crisi, la televisione facilita l’evasione e la distrazione in un contesto costellato di notizie negative e drammatiche. Con la significativa assenza dello sport dal vivo, l’intrattenimento continua ad essere il contenuto più seguito dal pubblico spagnolo: a marzo, cinque delle emissioni più viste in assoluto sono puntate del reality show *Supervivientes*, che continua ad andare in onda. In aprile questo format ha rappresentato il programma più seguito in assoluto visto che, fra i dieci programmi più visti, ci sono ben dieci puntate del reality (analogo all’italiano *Isola dei famosi*). Insieme a questi prodotti che monopolizzano elevate porzioni di pubblico, vale la pena sottolineare l’au-

mento della quota di altri spazi tradizionalmente minoritari, come quelli sviluppati particolarmente nel periodo: la televisione educativa, i servizi religiosi e gli spazi per esercizi fisici. Tutti questi dati ci ricordano la funzione della televisione di altri tempi, riassunta nella massima: “educazione, informazione e divertimento”.

Quando si analizzano questi dati, tuttavia, si scopre anche che i programmi più visti della giornata di solito non superano i quattro milioni di persone. Va ricordato che questo massiccio consumo di televisione coesiste con il notevole consumo sulle piattaforme OTT, rispetto alle quali quasi nessun dato verificato è disponibile (durante la crisi il 18% degli utenti spagnoli di Internet si è abbonato a servizi di *streaming* OTT). In altre parole, in questo contesto, esiste una chiara coesistenza della televisione tradizionale con la televisione digitale che offre un consumo on demand.

Questa crisi ha anche rivelato la nuova natura della televisione per usi diversi dalle trasmissioni tradizionali. Secondo i dati di Kantar Media, ad aprile si registra il record storico del consumo di Internet per *streaming* (31 minuti per persona), e sono cresciuti anche altri usi della televisione, per esempio per videogiochi (8 minuti per persona). Sono dati che praticamente duplicano quelli registrati a marzo 2019.

Il confinamento ha imposto nelle case spagnole nuove routine, in cui la televisione ha un ruolo fondamentale. Insieme a questi elevati dati di audience, uno dei cambiamenti più notevoli è il ruolo che la televisione ha ricoperto nelle case spagnole. Questa “prigionia” ha resuscitato l’uso collettivo della televisione, molto diverso dalle pratiche più diffuse fino a ieri e incentrate su un maggiore consumo individuale. La coesistenza forzata nelle case fa riprendere abitudini abbandonate fino a pochi mesi fa. Lo schermo è tornato a essere la spina dorsale delle pra-

tiche sociali all'interno della casa. Nel caso spagnolo, il *coviewing* è aumentato fino a raggiungere il 60% del pubblico totale, dato che rappresenta una crescita dell'8% rispetto a prima della crisi. Questa socializzazione fisica della visione si collega anche con quella che avviene virtualmente su Twitter: nel mese di marzo ci sono stati quasi un milione e mezzo di tweet in più rispetto allo stesso mese del 2019.

Questo ruolo centrale della televisione si dimostra anche considerando gli orari in cui aumentano maggiormente gli spettatori. La fascia mattutina (9-13) ha visto aumentare il consumo di quasi il 94%, seguita dal pranzo (13-15) con il 62% e dal pomeriggio (18-20) con il 52% secondo (dati Geca Spagna). Dal momento che la maggior parte degli spagnoli sono ora costretti a mangiare a casa, la striscia del pranzo è il secondo *slot* più visto della giornata. Si può perciò davvero recuperare l'immagine del passato della visione condivisa della televisione durante i pasti in famiglia, anche durante i giorni lavorativi. In definitiva, durante questa crisi la televisione si è ripresa il ruolo centrale nella vita quotidiana degli spagnoli durante il loro confinamento, fissando orari e nuove routine. Questo mezzo tradizionale è riuscito a coesistere con tutta l'offerta dei nuovi media, sebbene si dispone ancora di dati per offrire una fotografia completa e generale del consumo audiovisivo di questo periodo. E soprattutto non è chiaro quali conseguenze di questa nuova situazione rimarranno nel futuro prossimo e come si comporterà quel pubblico quando il confinamento sarà superato.

Il contesto Covid-19 in Spagna e le prestazioni mediatiche del Primo Ministro

Il presidente del governo spagnolo, Pedro Sánchez, ha annunciato il 13 marzo lo stato di allarme per la pandemia

causata da Covid-19. L'allarme è entrato in vigore il giorno seguente, il 14 marzo. Questo particolare meccanismo è previsto dalla Costituzione spagnola e l'esecutivo ha riferito che è esso stato istituito per garantire la protezione della salute dei cittadini attraverso il contenimento del virus e il rafforzamento del sistema sanitario pubblico. Lo stato di allarme implica la permanenza di persone o veicoli in determinati luoghi, razionamento dell'uso di alcuni servizi o del consumo di articoli essenziali, imposizione degli ordini necessari per garantire la fornitura dei mercati e via discorrendo. Nelle date in cui è stato fatto l'annuncio, in Spagna c'erano 4.200 casi positivi e 120 morti. Una situazione di emergenza che è andata aggravandosi nei mesi di marzo e aprile.

Durante questo periodo, fra marzo e aprile 2020, il Primo Ministro, Pedro Sánchez, ha chiesto ogni 15 giorni l'estensione dello stato di allarme al Congresso dei deputati. La politica di comunicazione in situazioni di crisi comprende una serie di linee guida di base come spostare, per quanto possibile, l'azione di comunicazione del governo nelle mani di esperti; diffondere notizie serie e affidabili, nonché utilizzare un linguaggio chiaro per essere compresi da tutti i cittadini. L'informazione è una risorsa fondamentale per i cittadini, in particolare in situazioni complesse come quella causata da Covid-19, poiché può aiutare a ridurre l'incertezza o, al contrario, aumentare la confusione e il caos.

La politica di comunicazione stabilita dal governo è stata fondamentalmente organizzata attraverso il mezzo televisivo proprio a partire dall'osservazione della centralità dei media tradizionali, in particolare della televisione (Casero, 2020). Le trasmissioni televisive si sono concentrate su tre tipi di apparizioni: il primo formato è stato quello dello svolgimento di una conferenza stampa quotidiana alla presenza di esperti che offrivano i dati

giornalieri sull'evoluzione della pandemia e rispondevano alle domande poste dai media attraverso una chat, con le questioni che venivano selezionate dal Segretario di Stato per la Comunicazione. Il secondo formato scelto dall'esecutivo per comunicare è stato la presenza di alcuni ministri o vice-presidenti del governo che informavano sulle decisioni prese nelle loro aree di competenza. Queste apparizioni hanno mantenuto a marzo lo stesso format, ovvero una chat, in cui il Segretario di Stato per la Comunicazione selezionava le questioni cui rispondere durante la conferenza stampa. Questo format ha causato critiche numerose e significative da parte dei media ed è stato modificato nel mese di aprile: è stato approntato un sistema meno direttivo e causale di domande che i diversi giornalisti avevano facoltà di porre sempre tramite videoconferenza. Il terzo tipo di comunicazione scelto dall'esecutivo è consistito nella presenza del Presidente del Governo, Pedro Sánchez, impegnato a tenere discorsi letti da *teleprinter*. Si è trattato di discorsi con un'estetica molto semplice che prevedeva un leggio, le bandiere della Spagna e dell'Unione Europea, una colonna pubblicitaria che includeva lo slogan: "un giorno in più, un giorno in meno" e uno schermo su cui venivano proiettate le immagini dei giornalisti che stavano ponendo le loro domande in videoconferenza.

All'inizio della crisi, il tono del discorso di Pedro Sánchez è stato piuttosto sommo: il capo del Governo dava la sensazione di essere sopraffatto dagli eventi. Tuttavia, nelle sue ultime apparizioni, il socialista Pedro Sánchez ha sostituito il suo modo di porsi al pubblico con uno stile più emotivo, orientato a mettersi in sintonia con la situazione eccezionale che ogni cittadino viveva nella sua casa, sulla stessa linea del presidente della Repubblica francese Emmanuel Macron o del presidente del Consiglio italiano, Giuseppe Conte.

Durante i mesi di marzo e aprile, il Presidente spagnolo è comparso undici volte per informare il pubblico delle decisioni che erano state prese di fronte all'evoluzione della pandemia. Il tempo medio impiegato nei suoi discorsi è stato di 20 minuti, mentre il tempo medio impiegato per rispondere ai giornalisti in ciascuna delle apparizioni è stato di 31 minuti. L'intervento più breve si è verificato il 13 marzo, è durato 6 minuti, ed è servito a informare gli spagnoli dell'entrata in vigore, il giorno successivo, dello stato di allarme. Si è trattato di un'apparizione senza domande. L'intervento più lungo si è verificato il 21 marzo ed è stato utilizzato dal Primo Ministro per riferire sulla situazione generale del paese in relazione alla pandemia di Covid-19.

Oltre a molte altre informazioni relative alle azioni intraprese dal Presidente e dal Governo, che sono state riportate nei diversi programmi informativi delle stazioni televisive spagnole, il tempo totale delle apparizioni del Presidente Sanchez nei mesi di marzo e aprile, è stato di 10 ore (comprendendo anche la parte di domande e risposte coi giornalisti). Si è trattato di una vera e propria "mediatizzazione politica", ossia di un processo attraverso il quale l'attore politico assume la logica comunicativa dei media e dei giornalisti, adattandosi alle loro esigenze (Kepplinger, 2002).

Va notato che, nonostante la sovrabbondanza di informazioni, l'azione di comunicazione del governo non è stata in grado di porre fine alle *fake news* che hanno inondato i media. Inoltre, molte delle informazioni fornite dall'esecutivo stesso sono state messe in discussione dalle autorità sanitarie e hanno creato confusione nella cittadinanza. Un esempio di questo fenomeno è rappresentato dall'informazione del governo secondo cui i parrucchieri sarebbero rimasti aperti perché considerati un servizio essenziale o che i bambini sarebbero potuti uscire solo per

accompagnare i genitori al supermercato, in farmacia o in banca. I media internazionali hanno anche criticato che lo stato di allarme sia stato e applicato solo il giorno dopo l'annuncio: cosa che ha permesso a molti cittadini di cambiare residenza, con il rischio di una diffusione ulteriore del contagio.

Una crisi come quella attuale richiede una forte *leadership* politica. Richiede risposte politiche che si concretizzano in provvedimenti difesi onestamente e sinceramente, senza mentire o nascondere dati, spiegate in modo chiaro e deciso mantenendo nel discorso lealtà politica nei confronti del Paese, della società e delle istituzioni. Un discorso retoricamente attraente, convincente, pragmatico e, soprattutto, credibile, che è la qualità principale che deve avere un leader politico che raggiunge la guida del governo.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

A. Casero Ripollés, “Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak”, *El profesional de la información*, 29 (2), 2020, e290223. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>

H. Kepplinger, “Mediatization of politics: Theory and Data”, *Journal of Communication*, 52 (4), 2002, pp. 972-986. DOI: 10.1111/j.1466-2466.2002.tb02584.x

MASSIMILIANO PANARARI

*Le due Americhe e il Covid-19.
Il «presidenzialismo comunicazionale»
di Donald Trump di fronte alla pandemia*

La traiettoria virale del Covid-19 presenta una valenza di cartina di tornasole per molti dei processi politico-sociali (e, dunque, anche comunicativi) che hanno caratterizzato questi ultimi anni. La pandemia appare una sorta di innesco o di detonatore che amplifica tendenze già in essere, estremizzandole e intensificandone gli effetti (specialmente, come logico e prevedibile, quelli di tipo negativo e dissolutivo). Per usare un parallelismo di tipo biopolitico – il dispositivo di conio foucaultiano –, si potrebbe affermare che il coronavirus si comporti rispetto ai sistemi-Paese e ai sistemi socio-economici in maniera analoga a quanto purtroppo fa con gli apparati biologici degli esseri umani. Si abbatte sui corpi indeboliti e affetti da patologie pregresse e ne accelera la morte; e, in maniera similare, l'emergenza sanitaria esaspera drammaticamente le fragilità preesistenti, e ingenera il rischio mortifero del default economico e della disarticolazione (e anomia) sociale. Presentandosi, nei casi più gravi, con le caratteristiche di una crisi sistemica, che va ad attaccare (come un virus tendenzialmente letale) la stessa impalcatura politico-istituzionale. Vale per il contesto socio-economico delle singole nazioni dell'Occidente come, più in generale, per il modello di democrazia liberale che nel coronavirus trova delle tracce virali di potenziale crisi sistemica, venendo

da un affaticamento e un indebolimento ormai decisamente di lunga durata. Oltre che dalla recentissima vetrinizzazione del paradigma dell'«autocrazia illiberale all'asiatica», presentata come più «efficiente» nel contrasto dell'epidemia in confronto alle democrazie parlamentari in virtù dell'assenza della protezione della privacy individuale e dei dati personali, e di un sistema di sorveglianza sociale fondato sul ricorso totalizzante ai *big data*. L'alveo e il terreno di coltura per il passaggio – così lo descrive Byung-Chul Han – dalla biopolitica digitale alla psicopolitica¹ digitale, alle radici di varie distorsioni a cui è dato assistere nell'ambito della vita pubblica contemporanea.

Nel paesaggio dei leader politici impegnati nella «guerra» al Covid-19 (le espressioni derivanti dalla polemologia e dal linguaggio bellico costituiscono uno dei filoni metaforici maggiormente frequentati) la gestione della crisi da parte di Donald Trump conferma in modo molto significativo le linee di tendenza sopraelencate. E il leader statunitense si presenta come un attore-promotore decisivo di uno scenario di «nuova guerra fredda» est-ovest, con la Cina nelle vesti di antagonista (da prima dell'emergenza pandemica, e con una crescita esponenziale in seguito al «conflitto virale»). L'attuale presidente è, sotto molti aspetti, quello meno interessato alla dimensione del *soft power* che gli Stati Uniti abbiano eletto da quando la «rivoluzione conservatrice» del reaganismo ha ridefinito le categorie e i parametri del confronto politico e del campaigning contemporanei. Un vertice dell'Amministrazione e un *Commander-in-chief* più a suo agio nel quadro – che, infatti, è quello stabilito dallo spirito dei tempi – dello *sharp power*², la formula coniata dal National Endowment for Democracy per designare la

¹ B. Han, *Psicopolitica*, Milano: Nottetempo, 2016.

² P. Messa, *L'era dello sharp power*, Milano: Università Bocconi editore, 2018.

modalità di combattere la cyberguerra e di operare «interferenze maligne» nella vita pubblica e nelle competizioni elettorali di altri Stati attraverso l'uso delle tecnologie di frontiera, dei *big data*, dell'intelligence e della manipolazione delle informazioni.

Il contesto dell'impatto comunicativo dell'epidemia di Covid-19 sulla vita pubblica statunitense può venire analizzato lungo due direttrici o piani: lo stile e le retoriche discorsive di Trump e il dibattito (oltre che, in primis, le immagini) dell'arena e dell'ecosistema mediale (dove, per fare un esempio, è andato nuovamente in scena il bipolarismo tra Fox News Channel e la carta stampata liberal).

Lo storytelling trumpiano si sviluppa all'insegna di codici comunicativi e messaggi molto diretti, che ricorrono spesso a un linguaggio estremamente semplificato³ e, in alcune circostanze, elementare⁴ e puntano, da un lato, a restituire una sensazione e un *sentiment* di autenticità nei suoi destinatari (come nelle polemiche contro la visione-ideologia del *politically correct*) e, dall'altro, a suscitare polarizzazione attraverso una logica espositiva dicotomica e la creazione con una certa continuità – e novità nel loro repertorio – di «nemici» contro i quali attivare la mobilitazione fisica dei propri elettori e quella dei seguaci sui social network. Una deliberata ed efficace incoerenza che è figlia, secondo alcuni osservatori come l'ex critico letterario del *New York Times* Michiko Kakutani⁵, della torsione della verità effettuale e dell'oggettività compiuta in permanenza e in maniera strutturale dalla cultura postmodernista, all'insegna di una genealogia che idealmente colloca le radici concettuali e la praticabilità discorsiva degli «*alternative facts*» degli spin doctors trumpiani nel post-strutturali-

³ B. Viennot, *La lingua di Trump*, Torino: Einaudi, 2019.

⁴ C. Salmon, *Fake*, Roma-Bari: Laterza, 2020.

⁵ M. Kakutani, *La morte della verità*, Milano: Solferino, 2018.

simo francese degli anni Sessanta e Settanta. La narrazione populista trumpiana mostra, sin dalla vittoriosa campagna elettorale del «*Make America great again!*», nel 2016⁶, una strategia di riscrittura e ridefinizione del campo semantico della lotta politica in continuità con quella che è stata l'innovazione fondamentale introdotta dal reaganismo, ovvero la battaglia per l'egemonia culturale nel discorso pubblico – e, in termini ancora più generali, nella sfera pubblica – attraverso i meccanismi di *framing* (e *reframing*). Ma la tesi precedente che, dall'ambito filosofico e dei *cultural studies* si è estesa a un filone della comunicazione politica, insiste su un “salto di qualità” ulteriore rispetto al ruolo pionieristico svolto in tal senso dal marketing politico dell'epoca reaganiana, poiché quello trumpiano – che ha disposizione un repertorio di tecnologie digitali inesistenti (e semplicemente inconcepibili) negli anni Ottanta – può operare direttamente sul terreno della post-verità e della creazione di camere dell'eco e bolle di filtraggio⁷ in grado di orientare (almeno parzialmente) settori dell'opinione pubblica al livello dei loro *bias* cognitivi come della psicologia individuale e di gruppo. La forza dei messaggi di Trump si dispiega così anche in virtù di una «*post-truth politics*»⁸ che consente al presidente di produrre «realtà alternative» e «mondi pubblici paralleli» sottraendosi per certi versi al principio di non contraddizione, una finalità ampiamente perseguita nel dibattito e nella vita politica ma che dimostra una particolare efficacia in questo caso, riscuotendo successi decisamente significativi presso l'elettorato americano.

In occasione dell'emergenza sanitaria da Covid-19, Trump ha mostrato un atteggiamento altalenante – in

⁶ M. Santaniello, N. Palladino, P. Vitale, “Populisti vs. Cosmopoliti”, *Comunicazione Politica*, 3 (2017): 407-430.

⁷ E. Pariser, *Il Filtro*, Milano: Il Saggiatore, 2012.

⁸ “Yes, I'd lie to you”, *The Economist*, September 10th-16th, 2016.

maniera peraltro non dissimile da quella di vari altri capi di Stato e di governo – avendo quale specificità di lungo periodo un’ambivalenza di atteggiamento nei confronti della scienza e del suo sistema istituzionale (specie transnazionale e globale). Come testimoniato dalla promozione attiva quali rimedi contro il coronavirus dei disinfettanti clorochina e idrossiclorochina, e dal marcato scetticismo nei confronti del fenomeno ambientale del *global warming*, che lo ha portato in alcuni momenti a sostenere esplicitamente le posizioni del negazionismo climatico e a polemizzare duramente non solo con gli esponenti dei movimenti ecologisti, ma anche con alcune agenzie delle Nazioni Unite e con ambienti del mondo accademico e della comunità scientifica. Sotto più di un profilo, si tratta anche della naturale estensione della visione trumpiana ispirata al neo-isolazionismo degli Stati Uniti e al rigetto del multilateralismo che ha trovato un punto di caduta nelle critiche nei confronti dell’Organizzazione mondiale della sanità per la sua gestione della crisi sanitaria (da cui l’annuncio da parte di Trump di una proposta di sua riforma da presentare al G7). E che si collocano nell’ambito dello scenario della «nuova guerra fredda» con la Cina, accusata da Trump – insieme alla Russia, nella fattispecie – di diffondere *fake news* sulla pandemia per screditare l’Occidente e la Nato (secondo il paradigma dell’esercizio dello *sharp power*), ma anche di identificare una sorta di “azionista di riferimento” dei vertici dell’Oms. La «nazione del virus», alla quale Trump ha attribuito una responsabilità diretta – differenziandone il grado a seconda delle occasioni – quale nemico esterno, a cui ha affiancato una sequenza di nemici interni, in modo congruente con lo schema polarizzante e manicheo tipico dei suoi atti comunicativi. A conferma della sua relazione mutevole e oscillante con l’establishment scientifico vi sono episodi come il licenziamento a fine aprile 2020 di Rick Bright da direttore del Biomedical Advan-

ced Research and Development Authority per dissensi sui farmaci da impiegare contro il Covid-19 e, soprattutto, la conflittualità a tratti latente e a volte, invece, esplicita con Anthony Fauci, leader della task force tecnico-scientifica (e suo «antagonista» simbolico), e la volontà esplicitata in più di un contesto di smantellarla quanto prima. Esempi di nemici interni, al pari dei governatori democratici degli Stati che hanno proclamato più rapidamente il lockdown sui loro territori, o si sono rifiutati di revocarlo, e contro i quali il presidente ha invitato i propri supporter a organizzare manifestazioni di protesta nel nome della tradizione precipuamente statunitense della rivendicazione delle incoercibili libertà dell'individuo al cospetto delle decisioni di un potere pubblico che si fa «Leviatano». Avendo tra le priorità quelle di una ripresa non troppo lenta dell'economia, data la sua centralità per giocarsi la prospettiva della rielezione in un contesto politico generale convertitosi *de facto* in una specie di referendum personalizzato intorno alla sua capacità di governare la crisi sanitaria.

Sotto alcune prospettive il populismo, nella sua interpretazione quale stile discorsivo e registro comunicativo, potrebbe venire considerato alla stregua di una sostanziale formula di *crisis communication*, non nel senso proprio del supporto e della divulgazione delle tecniche e strategie di «governance» di una crisi, ma in quello della sua evocazione ricorrente con una primaria finalità di costruzione di consenso elettorale. Così, di fronte a una drammatica situazione emergenziale quale quella sanitaria del coronavirus (all'insegna anche di taluni episodi qualificabili nei termini della proclamazione di altrettanti stati d'eccezione), si è visto nel caso dei leader e partiti sovranisti non al governo quanto la «normale» comunicazione populista dell'emergenza abbia finito per perdere efficacia, ritrovandosi superata dagli eventi. E, invece, giustappunto anche in vista della prossima scadenza elettorale che

lo coinvolge direttamente, Trump ha intensificato la sua formula di «presidenzialismo comunicazionale», esasperando il paradigma del *politainment* e quello di leadership del «*going public*»⁹, cavalcando il processo sociale della disintermediazione e avvalendosi delle opportunità messe a disposizione dalla politica pop digitale¹⁰ (in primo luogo col suo social network preferito, Twitter). Una strategia comunicativa nella quale trovano posto – come ribadito dalla crisi del coronavirus – anche elementi riconducibili al cospirazionismo e al complottismo (ascrivibili al clima d'opinione generato da alcuni filoni del postmodernismo, come già richiamato) e che consentono a Trump di mantenere la sintonia con fasce significative del suo elettorato e con gli ambienti della *alt-right*, in una nazione binaria trasformatasi nel corso dell'ultimo ventennio nell'assai problematico, e incoerente, collage di «due Americhe» (gli Stati costieri vs quelli del Midwest, l'Esterno vs. l'Interno del Paese). Gli «Stati disUniti d'America» dai quali – assecondati e sceneggiati dal racconto mediatico, in primis televisivo – giungevano nel resto del pianeta le istantanee iconiche delle città percorse da fiumi di individui in preda ad acquisti compulsivi, degli assalti ai supermercati con gli scaffali svuotati e delle corse nelle armerie. In buona sostanza, l'immaginario dell'«apocalisse zombie»¹¹ che si fa concreto, la realtà che supera la fantasia, e l'iper-realtà di Jean Baudrillard¹² che sbarca imperiosa e senza filtri nelle case degli scioccati abitanti del Villaggio globale.

⁹ Una strategia e un'«arma» a disposizione dei presidenti degli Stati Uniti codificata in termini di categoria soprattutto da Samuel Kernell. Cfr. S. Kernell, *Going Public*, Thousand Oaks: Sage, 1986.

¹⁰ G. Mazzoleni, R. Bracciale, *La politica pop online*, Bologna: Il Mulino, 2019.

¹¹ Si vedano sul tema: A. Grasso, C. Penati, *La nuova fabbrica dei sogni*, Milano: Il Saggiatore, 2016; D. Haldoway, M. Scaglioni, *The Walking Dead*, Sesto San Giovanni: Mimesis, 2017.

¹² V. Codeluppi, *Jean Baudrillard*, Milano: Feltrinelli, 2020.

Parte seconda
Società, diritto e istituzioni

MARIANNA SALA

Dall'epidemia all'infodemia: le *fake news* all'epoca del Coronavirus

Epidemia, infodemia e allarme sociale

Nonostante la preoccupazione sia avvertita da tempo, non accenna a diminuire la diffusione – in parallelo al coronavirus – di un numero incontrollato di informazioni contraddittorie e disordinate, in cui – per dirla con il Manzoni – “sono omessi fatti essenziali [...] ci sono errori materiali [...] In tutte poi regna una strana confusione di tempi e di cose”. Si tratta delle *fake news*, la cui viralità è tale da aggravare la grande tensione emotiva e lo stato d'inquietudine di questo drammatico periodo.

Accanto alla epidemia sanitaria, siamo vittime di quella da disinformazione, non a caso definita infodemia. La posta in gioco è alta, tanto che istituzioni¹ e grandi piattaforme digitali (tra cui Google e Facebook) hanno sentito l'esigenza di intervenire prontamente. Il rischio è, infatti, di alimentare l'allarme sociale, condizionando il dibattito pubblico e/o inducendo a comportamenti sanitari scor-

¹ Tante sono le iniziative assunte dalle istituzioni pubbliche nel contrasto alle *fake news* attinenti al coronavirus. A titolo esemplificativo, si ricordano: il tavolo su disinformazione e Covid-19 istituito presso Agcom, al quale collaborano le principali piattaforme di internet; la task force istituita presso il Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio; la task force istituita presso la Rai; la pagina di *fake checking* sul sito del Ministero della salute; quella sul sito dell'OMS; quella sul sito della Protezione Civile.

retti, mandando così in cortocircuito l'equilibrio che ciascuno di noi sta costruendo nella sua quotidianità.

Fake news: un tentativo di definizione

Inquadrare il fenomeno delle *fake news* non è semplice e di certo la mera traduzione dall'inglese di “notizie false” è insoddisfacente. Per semplificare, possiamo distinguere le *fake news* in tre macro-categorie:

– notizie (totalmente) false: sono le bugie grossolane, capaci tuttavia di essere prese per vere, sulla scia dell'emotività; si pensi, ad esempio, alla notizia circolata a metà aprile di un assembramento di *runners* sul Ponte dello Stretto di Messina; nonostante la sua manifesta falsità (ad oggi non esiste alcun ponte sullo stretto e la foto allegata ritraeva una maratona di New York), questa bufala ha suscitato lo sdegno di migliaia di persone, talvolta accompagnato da commenti violenti; si è trattato di un *fake* da “caccia alle streghe”, capace di alimentare l'odio verso una precisa categoria di persone (in questo caso, i *runners*). Per meglio coglierne la portata, è opportuno inquadrare il contesto in cui è stata diffusa la *fake*. Sin dall'avvento dell'epidemia ai primi di marzo, i *runners* sono stati bersaglio di una sorta di campagna d'ostilità, in quanto ritenuti veicolo del contagio: dalle bacheche dei *social network* sino ai balconi delle città, tanti sono stati gli insulti e il “dagli all'untore” gridati contro di loro. In questo quadro, l'ordinanza ministeriale n. 73 del 20.3.20 sulla chiusura dei parchi e sul divieto di svolgere attività fisica all'aperto è stata interpretata come conferma ufficiale della pericolosità dei *runners*, talvolta vittime anche di aggressioni fisiche;

– notizie verosimili, che mescolano dati falsi a frammenti di verità: sono difficilmente riconoscibili e, per questo motivo, sono più pericolose; si pensi ad esempio alla

notizia (circolata all'inizio dell'epidemia e prontamente smentita dal Ministero della Salute) che suggeriva di svolgere quotidiani esercizi di apnea per scoprire la positività al virus; riferendosi alla funzionalità dei polmoni, la bufala risultava verosimile posto che il coronavirus colpisce l'apparato respiratorio; tuttavia, essa era particolarmente pericolosa, perché induceva a credersi "sani" e "non contagiosi" tutti coloro i quali erano in grado di svolgere l'esercizio, con inevitabile abbandono delle precauzioni anti contagio;

– notizie vere ma narrate in modo falso (o deformante), tale da ingenerare una scorretta comprensione del fenomeno descritto. È questo, ad esempio, il caso del servizio realizzato da TGR Leonardo nel 2015, relativo alla realizzazione di un tipo di coronavirus ingegnerizzato in un laboratorio cinese: il servizio televisivo era vero, era davvero stato trasmesso dalla Rai nel 2015 e si riferiva a notizie vere; tuttavia, la sua riproposizione sui *social* in piena pandemia, accompagnata da commenti allarmanti, ha suscitato confusione nella pubblica opinione, con un inevitabile (e gravissimo) effetto di panico, rabbia e diffidenza nelle istituzioni, tutto a vantaggio delle tesi complottiste.

Oltre agli elementi oggettivi appena descritti, le *fake news* si caratterizzano per la presenza di un elemento finalistico (non sempre riconoscibile a prima vista). In generale, vi sono *fake news* che hanno finalità commerciali e sono diffuse, ad esempio, per pubblicizzare un prodotto, o per aumentare il numero di utenti di un social o di una piattaforma, con conseguente aumento del loro valore commerciale. È noto, infatti, che l'interesse a diffondere la *fake* (o a non impedirne la diffusione) è direttamente proporzionale al numero di "clic" che l'accesso alla notizia produce e che si trasforma in un accrescimento del valore degli spazi pubblicitari.

Altre *fake news*, invece, hanno la finalità di condizionare l'informazione politica o scientifica, nel tentativo di influenzare l'opinione pubblica rispetto all'affidabilità di un certo assunto politico o scientifico. È evidente la pericolosità intrinseca di quest'ultima categoria di *fake*, potenzialmente capaci di determinare comportamenti altamente pregiudizievole da parte di un numero indeterminato di soggetti.

Intendiamoci, il fenomeno delle *fake news* non è nuovo: la diffusione virale di notizie false esiste per lo meno da quando esiste la Rete. Il tema, però, è venuto alla ribalta solo a partire dal 2016, in occasione di due votazioni (quella del referendum per la c.d. "Brexit" e quella presidenziale di Trump negli U.S.A.) il cui esito può essere stato "condizionato" dal dibattito sui *social network* più che da quello sui media tradizionali (c.d. *mainstream*).

E ora, in piena pandemia, il fenomeno delle *fake news* torna di nuovo alla ribalta, con un elemento in più di novità (e di preoccupazione): il tema salute. Occorre tenere presente che un pubblico afflitto dall'emergenza sanitaria (e, purtroppo, anche da quella economica) legge le notizie non solo con la mente, ma anche con il cuore. Siamo tutti più vulnerabili, oscilliamo tra il desiderio di una cura, il bisogno di trovare spiegazioni e, con esse, di rintracciare un colpevole. Questo alto tasso di emotività ci rende fragili e "creduloni", vittime perfette del proliferare di falsi pericolosamente destabilizzanti.

Una cura contro l'infodemia

I principali vettori di falsità siamo noi. Le *fake news* esistono e assumono consistenza nel momento in cui "contagiano" il destinatario, lo conquistano e lo inducono alla condivisione, determinando un effetto di viralità (parola emblematica in questo periodo di pandemia). Si sviluppa,

così, un fenomeno di “dis-informazione fai da te”, in virtù del quale gli utenti della rete si informano e si influenzano l’uno con l’altro, con notizie la cui attendibilità non è stata sottoposta a alcuna verifica. Se a ciò si aggiunge che il funzionamento della Rete si basa su algoritmi, che propongono agli utenti notizie simili a quelle già consultate, il rischio è che si crei un cortocircuito dis-informativo potenzialmente infinito.

Se così è in generale, non lo è rispetto al tema particolare del coronavirus. Infatti, dopo la fase iniziale dell’epidemia (per l’Italia, si parla di fine febbraio-primi di marzo), si è osservato che il ciclo vitale delle *fake news* sul Covid-19 si è estremamente ridotto. Semplificando, si individuano: il “giorno 1” di propagazione (il cui indice di velocità è altissimo; di qui, il loro carattere di *viralità*); il “giorno 2” di acme di diffusione (facilmente si riceve il medesimo messaggio da una pluralità di contatti); il “giorno 3” in cui la notizia, la cui falsità è ormai stata smascherata, quasi vergognandosi di esistere, scompare (spesso, i commenti che si leggono sui social sono di incredulità, il classico “come ho fatto a crederci!”; viceversa, le *fake news* di natura complottista, basate su complesse teorie pseudo-scientifiche mantengono un ciclo di vita lungo).

In altri termini, a differenza di quanto accade per le *fake news* in genere che – si ripete – possono dar vita a cortocircuiti dis-informativi potenzialmente infiniti, le falsità attinenti all’attuale epidemia sono presto smascherate e, di conseguenza, gli utenti della rete cessano istintivamente di diffonderle. La ragione del loro depotenziamento va rintracciata nel deciso intervento delle istituzioni, dei grandi colossi del web e del mondo della comunicazione in genere. Del resto, vista la gravità della situazione epidemica, il rischio di comportamenti pericolosi per la salute pubblica era troppo elevato, perché non si agisse in modo rapido e sicuro.

Così, a mero titolo esemplificativo, si ricorda che: Agcom ha potenziato il proprio tavolo sulla disinformazione grazie al quale – in una logica di dialogo e collaborazione – ha ottenuto dalle grandi piattaforme del web l’impegno a rimuovere in tempi rapidissimi tutte le bufale sanitarie; dal 31.1.2020, Facebook, Google e Twitter hanno attivato un piano contro disinformazione e complottismo sul Covid-2019 (in accordo con l’Oms), con la rimozione forzata dei contenuti legati a terapie pericolose e allarmismi ingiustificati; dal 2.4.2020, Facebook ha lanciato un progetto pilota in Italia per il *fact-checking* su WhatsApp (la sua piattaforma di messaging) nell’ambito dell’iniziativa di co-regolamentazione definita da Agcom per affrontare la sfida della disinformazione sul coronavirus.

La singolarità del fenomeno delle *fake news* in tempo di coronavirus sarà sicuramente oggetto di studio da parte degli esperti in materia. Ad oggi, si può trarre una prima considerazione, quella del fallimento della teoria del c.d. *crowdwisdom* (“saggezza popolare”), secondo cui la Rete sarebbe in grado di autoregolarsi e di riconoscere e eliminare da sé le notizie false. L’esperienza al tempo del Covid-19 sembra dimostrare il contrario, ossia che l’intervento esterno (in questo caso, istituzioni e OTT) è risultato decisivo per ridurre il ciclo vitale delle *fake news* sul coronavirus.

Seconda considerazione: si (ri)aprirà il dibattito se sia o meno opportuno replicare questa tipologia di azione (istituzionale e/o degli OTT) anche rispetto alle *fake news* attinenti altri argomenti. Il tema è molto discusso, in quanto il “controllo della falsità” di una notizia equivale al “controllo della verità”, con tutte le conseguenze tipiche di uno stato orwelliano. In altri termini, la “tutela della verità” deve essere bilanciata con la tutela di altri interessi giuridicamente rilevanti, primo tra tutti la “libertà di espressione”, di cui all’art. 21 della Costituzione.

La scuola come vaccino contro le fake news

Una cosa è certa: il migliore rimedio contro la disinformazione si basa sul principio di autoresponsabilità. Per evitare il contagio da *fake* si deve partire dal “distanziamento sociale” (per continuare il parallelismo sanitario), evitando la condivisione di notizie false. Si tratta di un comportamento impegnativo, la cui attuazione impone una serie di riflessioni: occorre chiedersi, ad esempio, quale sia l'autore della notizia (normalmente è anonimo o sconosciuto) o se la fonte sia attendibile (di solito è sconosciuta o millantata).

Il comportamento più corretto è, dunque, di diffidare delle notizie che non rispettino gli standard di credibilità e trasparenza, che sono alla base della corretta informazione. Da questa nuova consapevolezza, non può che derivare la rivalutazione della *comunicazione professionale*, garantita da chi lavora nel settore del giornalismo (quale che sia il *medium* utilizzato, dalla carta stampata, alla testata on line, dalla radio alla tv).

Non pare sufficiente, tuttavia, affidarsi alla buona volontà del singolo, per arrivare al risultato di avere una intera società capace di distinguere il grano dal loglio nel campo della comunicazione. Occorre, infatti, sviluppare una abitudine alla lettura e all'aggiornamento quotidiano. Visto che le consuetudini culturali più radicate possono crearsi solo nel periodo di formazione dell'individuo, è evidente che il vaccino più efficace contro l'infodemia possa essere fornito dalla scuola. Occorre partire da lì, perché solo la scuola è il luogo di formazione e educazione, di crescita e di confronto, in cui le giovani generazioni imparano l'arte del dubbio e del pensiero critico. Insegnare che “*dubito, ergo sum*” sarà la vera strategia contro il propagarsi della falsità.

MARCO DELMASTRO¹

Informazione e disinformazione scientifica: il caso Coronavirus

Informazione e scelte individuali e sociali

L'informazione è un concetto vasto, analizzato da un ampio spettro di discipline scientifiche che vanno dalla fisica, alla matematica, alla *computer science*, fino ad arrivare alla statistica e a tutte le scienze sociali (sociologia, psicologia, economia e politica). La teoria dell'informazione, che è una (ma certamente non l'unica) delle scienze che si occupano di gestione dell'informazione, abbraccia l'ingegneria elettronica (per gli aspetti di teoria della comunicazione), la *computer science* (a partire dai concetti di complessità di Kolmogorov), la fisica (in particolare, relativamente alla termodinamica), la teoria della probabilità e più in generale la statistica e l'economia.

Da un punto di vista delle scienze sociali, la modalità d'ottenimento delle informazioni e la qualità delle stesse si ripercuote sulle scelte individuali e collettive e sulle decisioni politico-sociali, scontando ciò che viene definito "ignoranza razionale", ossia il fatto che anche la scelta di non informarsi da parte del singolo individuo sia da considerarsi razionale,

¹ Le opinioni espresse da Marco Delmastro sono espresse a titolo personale e non impegnano in alcun modo l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

in ragione del fatto che l'acquisizione delle informazioni finisce per avere un costo superiore al beneficio potenziale che si può trarre da un'informazione accurata.

D'altra parte, la psicologia cognitiva nonché l'economia sperimentale, superando l'ipotesi di razionalità, hanno ampiamente dimostrato come la ricerca di notizie infondate risponda a una attrazione per la novità, che rappresenta una naturale inclinazione umana, nonché alla preferenza degli individui verso informazioni che confermano le proprie convinzioni, i propri *bias* cognitivi (cd. *confirmation bias*).

In questo contesto, l'informazione si connota come "potere" (ossia come "capacità di influire sul comportamento altrui, di influenzarne le opinioni, le decisioni, le azioni, i pensieri", Treccani), in quanto orienta le scelte, razionali e irrazionali, dei cittadini, incidendo sui risultati economici, politici e sociali e, per tale via, sulla distribuzione del benessere tra i vari attori economici e, in ultima analisi, sul complessivo tessuto economico-sociale di un paese. Si pensi, a titolo di esempio, al ruolo dell'informazione in un contesto di mercato e al modo in cui essa si distribuisce tra consumatori e imprese: la presenza o meno di "asimmetrie informative" tra i due gruppi di agenti economici favorirà un gruppo rispetto all'altro nella ripartizione del benessere sociale.

L'informazione è tuttavia per sua natura un "bene economico" molto complesso. Per quanto rivesta un'importanza centrale, è particolarmente difficile configurarla quale "bene privato" (non ricorrendo, specie nella sua forma digitale, le due caratteristiche principali di un bene privato: la rivalità e l'escludibilità nel consumo). Se ciò presenta l'indubbio vantaggio di determinarne una larga diffusione tra la popolazione, d'altra parte implica che risulti sempre più difficile mettere a punto modelli di *business* in grado di finanziare l'informazione nella sua declinazione professionale, ossia di tipo giornalistico.

In tal senso, l'avvento e l'affermazione di Internet, in tutte le sue sfaccettature (sempre più legata ai social media), hanno segnato una discontinuità nel concetto stesso di informazione e nel modo in cui questa viene immagazzinata, compressa, codificata, trasmessa e diffusa. L'evoluzione del Web ha ridefinito l'intero ecosistema dell'informazione, con conseguenze su tutto il mondo della comunicazione di massa, che va da quella giornalistica, alla politica, fino ad arrivare alle forme della comunicazione interpersonale.

La genesi delle scelte individuali all'interno del "mercato dell'informazione", anche di quelle indotte, può rappresentare un problema assai rilevante ai fini della messa a punto di politiche pubbliche orientate alla promozione del benessere collettivo.

Infatti, all'interno di questo ecosistema, la disinformazione (che ricomprende il fenomeno delle notizie false, c.d. *fake-news*) dà luogo a fallimenti economici e sociali, potendo incidere, distorcendolo, sull'insieme informativo a disposizione di individui, imprese, istituzioni e *policy makers*. Ciò non può che avere implicazioni negative sull'efficienza dei mercati, sulla distribuzione delle risorse e sugli esiti politici e sociali, con il pericolo consistente che, per analogia con la legge di Gresham la quale afferma che "la moneta cattiva scaccia la buona", lo squilibrio nel mercato determini che l'informazione di cattiva qualità possa via via scacciare quella di migliore qualità.

Informazione e disinformazione scientifica

Partendo dal presupposto che il grado di efficienza complessiva di un sistema informativo decresce all'aumentare della disinformazione presente al suo interno, va evidenziato che la quantità socialmente ottimale di quest'ultima è ovviamente pari a zero. Ciò in ragione del fatto che la disin-

formazione induce i decisori ad assumere decisioni distorte, su importanti temi di natura economica, politica e sociale.

In proposito, soccorre l'analisi estensiva svolta dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) sui contenuti informativi (in numero di oltre 35 milioni), compresi quelli a carattere scientifico; tale studio offre un esempio di come il rapporto quantitativo tra informazione e disinformazione conseguito dal sistema informativo pesi di fatto sulle scelte individuali, sociali e sul dibattito pubblico nella sua interezza.

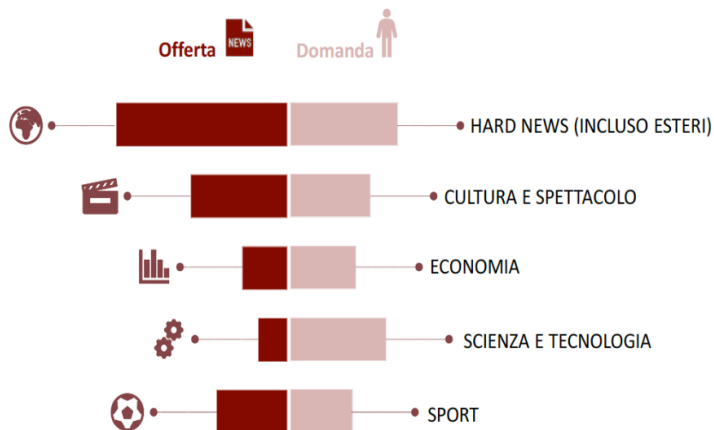
Da questa evidenza emerge come tra le tematiche che forniscono il più cospicuo impulso alla produzione e alla diffusione di contenuti *fake* vi siano le notizie di carattere scientifico, spesso riconducibili a strategie di disturbo informativo categorizzabili quali "complottiste". Le ragioni in base alle quali la divulgazione scientifica è colpita così duramente dagli urti della disinformazione sono da rintracciarsi in una serie di elementi.

In primo luogo, vi è un evidente squilibrio tra la domanda di informazione scientifica e il relativo livello d'offerta – che è possibile evincere dalla Figura 1a. Si rileva che, tra le varie categorie di contenuti informativi, quelle in cui si registra il minor numero di notizie sono proprio quelle di carattere specialistico (in particolare, i temi economico-finanziari e scientifico-tecnologici). Il basso livello di offerta è preoccupante alla luce del contributo fondamentale che tali argomenti ingenerano nel dibattito pubblico.

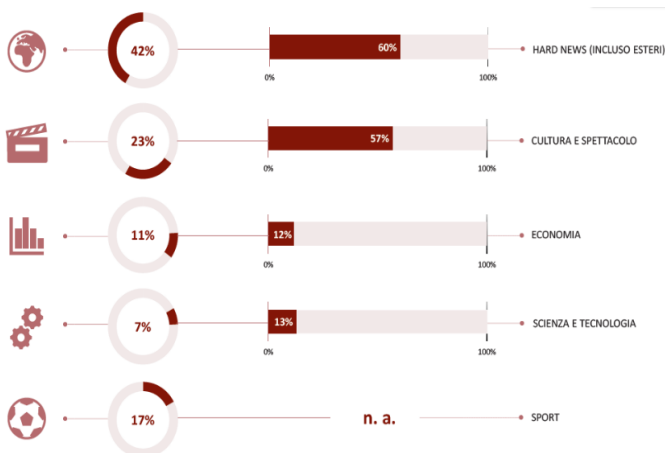
Su tale squilibrio si innesta un basso livello qualitativo dell'informazione effettivamente distribuita sul mercato; ciò in ragione dell'insufficiente preparazione specialistica dei giornalisti su queste tematiche (Figura 1b). Mentre si osserva un alto livello di attinenza tra il titolo di studio universitario e le notizie trattate dai redattori di cronaca, tale corrispondenza non emerge per i giornalisti che si occupano di tematiche scientifiche (ed economiche), che sono invece

quelli che dovrebbero possedere – in ragione della tecnicità dei temi trattati – maggiori competenze specialistiche.

Figura 1. *Le caratteristiche del sistema informativo*



a) *Domanda vs. Offerta di contenuti informativi –*
 b) *Specializzazione giornalisti sulle diverse tematiche*

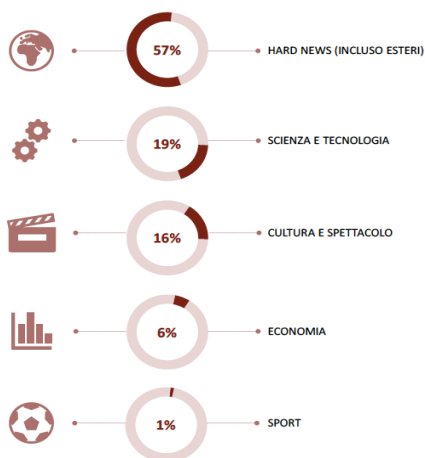


Fonte: Agcom: “News VS. Fake nel Sistema dell’informazione,” 2018. Pagg. 20, 22.

A fronte di tali elementi – in estrema sintesi, una domanda di informazione scientifica da parte dei cittadini non corrisposta da un’offerta qualitativamente e quantitativamente adeguata – si registra una proliferazione di cattiva informazione, che riempie il vuoto lasciato dal sistema professionale dell’informazione. Come illustrato nella Figura 2, circa un quinto di tutti i contenuti informativi *fake* ha ad oggetto notizie di carattere scientifico e tecnologico.

Al riguardo, alcuni studi sulla condivisione sociale delle notizie di disinformazione hanno dimostrato come talvolta le convinzioni elaborate sulla base di notizie false in ambito scientifico (si pensi ad esempio al caso della relazione tra autismo e vaccini) abbiano prodotto credenze in grado di sedimentarsi al punto tale da risultare difficili da “estirpare” e, dunque, capaci di incidere durevolmente sul dibattito pubblico nonostante la letteratura scientifica le abbia ripetutamente smentite nel corso degli anni.

Figura 2. *I contenuti della disinformazione*



Fonte: Agcom “News VS. Fake Nel Sistema Dell’informazione,” 2018. Pag.34.

Informazione e disinformazione sul coronavirus

In questo ecosistema informativo, è recentemente esplosa l'emergenza epidemica legata al coronavirus. Considerato che la pandemia è tuttora in corso, ogni valutazione complessiva è prematura. Nondimeno, ci sono alcune considerazioni che possono essere già svolte.

In primo luogo, è indubitabile come poter accedere a un insieme di informazioni di qualità sul virus e sulla collegata malattia sia di fondamentale importanza per poter prendere decisioni efficienti a tutti i livelli. Da un punto di vista individuale, le decisioni dei cittadini hanno ripercussioni immediate e significative, che influenzano non solo la propria salute ma, più in generale, quella della collettività. La qualità delle informazioni sul coronavirus è stata quindi considerata da tutte le istituzioni, nazionali e mondiali, come un elemento fondante della lotta alla diffusione della pandemia.

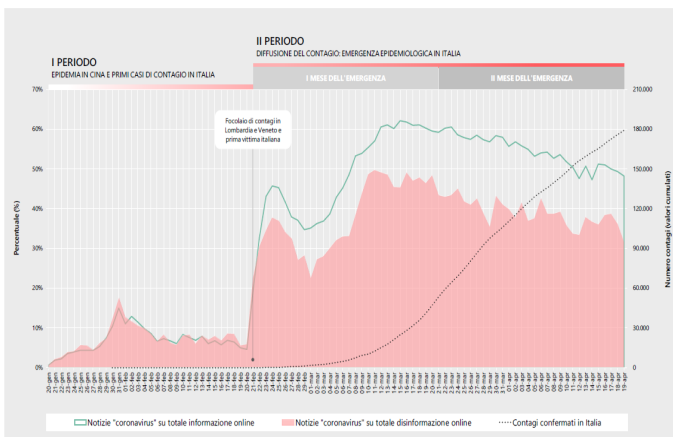
In secondo luogo, in una fase in cui sono state adottate regole comportamentali molto stringenti, le fonti istituzionali hanno assunto un'importanza informativa senza precedenti. Non a caso, in Italia, tra i video più visti (e commentati) sia in TV che in rete, ci sono quelli relativi alle conferenze stampa del Presidente del Consiglio, dei Presidenti delle Regioni e dei rappresentanti della Protezione civile. Inoltre, le informazioni e i dati diffusi da istituzioni come l'Organizzazione Mondiale della Sanità hanno raggiunto una amplissima parte della popolazione, orientandone scelte, umori, e comportamenti economici e sociali.

Quanto all'informazione professionale e alla produzione di contenuti falsi, la Figura 3 illustra l'andamento in Italia dei due tipi di notizie nel periodo principale della pandemia (gennaio-aprile 2020). Si possono distinguere sostanzialmente due fasi. Il primo periodo (da gennaio a

fine febbraio) in cui l'epidemia ha riguardato essenzialmente la Cina; il secondo (a partire dalla scoperta dei primi focolai in Italia, con la prima vittima accertata da coronavirus) in cui la pandemia ha investito il nostro Paese. Nella prima fase, la diffusione di false notizie (spesso di natura complottista) è stata relativamente più significativa, mentre nella seconda l'informazione ha raggiunto livelli di copertura (intorno al 60-70%) mai riscontrati per nessun fenomeno a partire dal dopoguerra, limitando, almeno in proporzione, il proliferare dei contenuti *fake*.

Figura 3. *Informazione vs. disinformazione in Italia durante l'epidemia*

Incidenza giornaliera delle notizie riguardanti il coronavirus sul totale disinformazione: confronto con l'informazione online

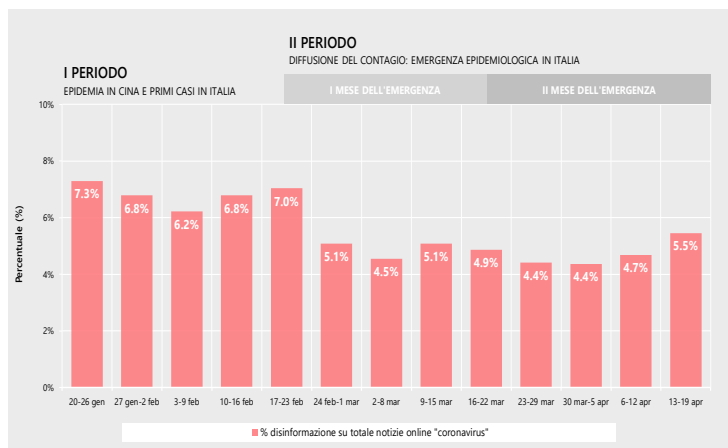


Fonte: Agcom “Osservatorio sulla disinformazione: speciale coronavirus”, n.2/2020.

Ovviamente, ciò non vuol dire che alcune false notizie non si siano diffuse tra la popolazione, innescando comportamenti e credenze irrazionali; ma è fuor di dubbio che in quest'ultimo periodo (almeno fino a metà aprile, ossia nel momento più tragico dell'epidemia in Italia) la

“moneta buona” abbia, se non scacciato, almeno circoscritto, la diffusione della “moneta cattiva”: l’incidenza della disinformazione si è infatti ridotta dal 7% medio del primo periodo, fino al 4,4% di alcune settimane del secondo periodo (v. Figura 4).

Figura 4. *Informazione vs. disinformazione in Italia: I vs. II periodo*



Fonte: Agcom “Osservatorio sulla disinformazione: speciale coronavirus”, n.2/2020.

Tuttavia, è emersa una questione più a monte, quella relativa alla conoscenza del fenomeno, prima ancora della qualità dell’informazione sullo stesso. Mentre, quanto analizzato in precedenza dalla letteratura internazionale circa i fenomeni di disinformazione scientifica ha riguardato ambiti essenzialmente consolidati su cui si sono diffuse teorie complottiste e ascientifiche (ad esempio, i terrapiattisti, le scie chimiche, i No-Vax), nel caso del coronavirus mancava (e manca ancora) una solida base di conoscenze scientifiche. Di conseguenza, il dibattito pubblico circa il covid-19 ha seguito l’evoluzione delle cono-

scenze in materia: dal manifestarsi della malattia in Cina, all'isolamento del virus, fino alla discussione sull'origine dello stesso, dei possibili effetti e della ricerca in corso per la creazione di un vaccino.

Tale evoluzione non è stata affatto lineare. Si pensi ad esempio al caso della notizia sulla creazione, o almeno sulla manipolazione, del virus in un presunto laboratorio di Wuhan. Questa notizia è nata, a gennaio, e si è successivamente diffusa, nel mondo, a partire da siti cd. complottisti. È stata smentita da molte istituzioni e siti di *fact-checking*, che hanno evidenziato come alla base, come spesso accade in questi casi, vi sia un uso distorto e specioso di pregressi articoli scientifici (in particolare di due articoli pubblicati tra il 2015 e il 2017 dalla rivista *Nature*). La comunità scientifica si è detta a più riprese convinta che il virus sia di natura animale provenendo, in particolare, dal mercato ittico della città cinese. Pur-tuttavia, il premio Nobel di medicina Luc Montagnier ha recentemente rilanciato l'ipotesi della creazione del virus in un laboratorio cinese. Tesi poi ripresa nel mondo da alcuni politici.

In generale, come ha più volte sottolineato il filosofo della scienza Bruno Latour, la comunità scientifica non è stata esente da critiche. Nel caso del coronavirus, è del tutto evidente come vi siano tuttora poche certezze scientifiche sul virus (origine, diffusione, possibili mutazioni,...) e sulla relativa malattia (effetti di breve e di lungo periodo, cure, vaccino,...). D'altronde non potrebbe essere altrimenti. Infatti, gli studi sul fenomeno sono, per forza di cose, ancora limitati (essendo stato il virus isolato per la prima volta solo a partire da gennaio), sia per la tipologia e la numerosità dei casi studiati, sia per quanto riguarda la dimensione temporale, tanto che alcuni articoli citati nella discussione si riferiscono addirittura a virus precedenti al covid-19. Nondimeno, la comunicazione di parte del

mondo scientifico è stata spesso assertiva e affrettata, per poi dover fare frettolosi dietrofront.

In tali circostanze, è mancata sovente la funzione di filtro del giornalismo. Anche se le tematiche in questione sono di natura specialistica, l'informazione si è spesso limitata a fare da cassa di risonanza di posizioni di singoli studiosi (virologi, epidemiologi, medici, matematici, fisici, ecc.), rinunciando in molti casi alla propria funzione di analisi, filtro e selezione. Ciò appare il frutto di un sistema informativo, che, come visto nel paragrafo precedente, è ancora carente in termini di preparazione tecnica dei giornalisti.

La complessità dei recenti accadimenti legati alla pandemia di covid-19, e più in generale dei fenomeni globali che incidono profondamente sulla vita quotidiana (cambiamento climatico, ridistribuzione delle risorse economiche, problematiche geo-politiche, costante trasformazione tecnologica, migrazioni, ecc.), testimonia la necessità di analisi complesse, di letture articolate e di una comunicazione ponderata, all'altezza della situazione che ci troviamo ad affrontare, da parte di tutti i soggetti che influenzano, direttamente e indirettamente, gli stati d'animo e le scelte dei cittadini: comunità scientifica, istituzioni, e sistema dell'informazione.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Agcom: "News VS. Fake nel Sistema dell'informazione," 2018. Pagg. 20, 22.

Agcom "Osservatorio sulla disinformazione: speciale coronavirus", n. 2/2020.

GABRIELE SUFFIA

Disinformazione e Covid-19: problematiche e aspetti geopolitici

Il quadro generale: fake news come parte della disinformazione

Tra tutte le *fake news* che abbiamo letto durante questo primo periodo di pandemia, alcune si sono differenziate per ambito, riferimenti e portata. Chi ha pensato che vi fosse dietro l'interesse di un qualche partito politico, o perfino di un altro Stato, è stato rincuorato da articoli e inchieste che hanno denunciato attività e campagne di disinformazione. Il tema delle *fake news*, infatti, si inserisce nell'ambito di questo particolare insieme di metodologie conflittuali (o pre-conflittuali) non convenzionali.

Come si può, tuttavia, immaginare un'attività di disinformazione anche in questo periodo, mentre si sono susseguiti da più parti gli appelli per il cessate il fuoco e lo stop dei conflitti a livello internazionale? In realtà, è proprio la situazione di trauma, sia individuale, sia collettivo, a creare alcune delle condizioni che rendono facile ed efficace la disinformazione.

Questa si definisce come insieme delle attività attuate da un soggetto, cosiddetto "disinformatore", a danno di un obiettivo, "target", con lo scopo di influenzare e alterare le percezioni del target a vantaggio del disinformatore (Suffia – Ziccardi: 2020). Questa attività di influenza è, per forza di cose, diretta ad alterarne la capacità di

comprensione della realtà del soggetto target che ne è vittima e ad alterare le risposte. Ciò che merita di essere sottolineato è il fatto che non necessariamente la disinformazione viene utilizzata in funzione di un risultato immediato. Per sua natura, anzi, si configura come una delle più redditizie attività prodromiche che possono essere realizzate da un soggetto statale malintenzionato, in vista di successive elaborazioni della propria strategia e successivi utilizzi.

La pandemia da coronavirus favorisce la produzione di disinformazione particolarmente efficace, con il minimo sforzo. Essa, infatti, presenta una sfida eccezionale per tutta la comunità medico-scientifica (bufale sulla scienza); ha avuto origine in Cina in una località lontana dai grandi centri della costa asiatica, come Shanghai, Pechino, Hong Kong, che sono maggiormente frequentati e conosciuti dagli occidentali e maggiormente sotto i riflettori (bufale sull'origine del virus e sul controllo dei media sulla zona); si è diffusa in un'epoca di competizione tecnologica geopolitica e geoeconomica tra due grandi potenze, come la Cina e gli Stati Uniti d'America, coinvolte in quanto "origine" della pandemia e principale "vittima" (bufale sulla attribuzione della pandemia e sull'origine più o meno manipolata e "umana" del virus); per l'eccezionalità degli eventi, ha richiesto il pesante ricorso alle risorse militari (bufale sul coinvolgimento degli Stati, anche in una fase precedente lo scoppio della pandemia). A ciò si sono aggiunte circostanze che, pur non essendo legate in alcun modo alla diffusione del coronavirus, hanno consentito il facile utilizzo di notizie e fotografie al fine di creare incertezza e falsificazione: il pessimo tempismo dell'esercitazione NATO "Defender Europe 2020" ha facilmente prestato il fianco a coloro che sostenevano la teoria complottista della responsabilità degli Stati Uniti per la diffusione del coronavirus,

ma anche la stessa organizzazione dei “Military World Games 2019” a Wuhan nell’ottobre 2019 ha “suggerito” tale lettura. Per scendere in esempi su scala più limitata, anche la missione propagandistico-umanitaria della Russia ha destato sospetti e accuse, ad esempio per essere atterrata all’aeroporto militare di Pratica di Mare, invece che a Bergamo-Orio al Serio dove poi era effettivamente diretta.

Tutti questi accadimenti e queste notizie hanno legittimato accuse e sospetti. Non potendosi, tuttavia, attribuire responsabilità precise, salvo essere smentiti, né potendo accusare pubblicamente qualcuno per tali fatti, salvo rischiare un danno reputazionale di ritorno al limite della calunnia, si è potuto comunque fare ricorso alla disinformazione per veicolare dei messaggi, colpire i propri avversari e, se non proprio ottenere gli stessi risultati che avrebbe potuto ottenere un’accusa formale, ugualmente modificare e manipolare la percezione dell’opinione pubblica a danno di qualcuno e a vantaggio di qualcun altro.

Tale manipolazione della percezione, in assenza di causalità dimostrate, è resa pienamente possibile dalle infinite correlazioni tra fatti, date ed eventi, che si possono ottenere e viene utilizzata per influenzare l’opinione pubblica e portare ad un vantaggio competitivo non necessariamente immediato.

Attribuire la disinformazione

In tale scenario, è talvolta piuttosto agevole individuare delle possibili operazioni di disinformazione e da chi possono essere state spinte, semplicemente partendo dall’obiettivo che esse hanno più evidentemente colpito. Non si può però, certamente, attribuire tutta la disinformazione ad un’unica sorgente, nonostante sia stato chiarito da più fonti come l’attività disinformativa che più ha colpito

i Paesi europei provenisse soprattutto da Cina e Russia. Tali Paesi possono disporre, in ragione del diverso stadio di avanzamento delle istituzioni democratiche al loro interno, di una stabilità di potere che consente di strutturare e immaginare campagne disinformative sul lungo periodo che sono precluse ai Paesi occidentali (che, tuttavia, dispongono di maggiori risorse per effettuare una propaganda “mainstream” informativa e culturale sugli organi di informazione tradizionali, come nel caso degli Stati Uniti d’America).

L’Occidente si è sempre caratterizzato per un minor ricorso alla disinformazione in ragione dei valori democratici e sociali che rivendica, specie l’Unione europea, anche se è sempre possibile che parte del panorama politico al proprio interno si impegni in pesanti attività disinformative (come dimostrato dalle vicende del 2016 che hanno riguardato Cambridge Analytica). Di recente gli Stati Uniti d’America, in particolare, sono stati accusati di condurre disinformazione nei confronti della Cina, per via degli atteggiamenti ondivaghi (ma non improvvisati) dell’Amministrazione Trump: celebre il fatto che il Presidente degli Stati Uniti d’America abbia continuato per lungo tempo a definire il coronavirus come “virus cinese”, a rimarcare non solo l’origine geografica della pandemia, ma anche una responsabilità nella diffusione. Sull’onda di tali fatti, si è registrato anche uno Stato, il Missouri, che ha intentato un procedimento giudiziario nei confronti della Cina per omissioni in fase di controllo e contrasto al virus, con l’inevitabile risultato di allontanare i due Paesi nelle relazioni internazionali.

Se, da una parte, la disinformazione proveniente dalla Cina si è configurata più come un’operazione di propaganda ed influenza, vertendo maggiormente sulla gratuità o sull’interesse degli aiuti sanitari prestati all’Occidente, senza dimenticare la mancanza di trasparenza nella

divulgazione di notizie e dati (sia dovuta alla estrema grandezza e complessità del Paese, sia alla presenza di non trasparenti organizzazioni politiche; anch'essa è disinformazione e causa della circolazione di molte *fake news*), dall'altra la strategia della Russia sta facendo maggiore ricorso a questa pratica per l'efficacia dei risultati che ottiene a fronte dell'economicità di tale condotta. La Russia ha capitalizzato il più possibile l'operazione umanitaria nei confronti dell'Italia (che si è prestata in cambio dell'impegno a eliminare le sanzioni che colpiscono lo Stato russo dalle vicende del 2014-2016 in Crimea, come leva di pressione nei confronti degli alleati europei e con particolare riguardo al tema degli aiuti economici della Commissione europea), trasformandola in una vera e propria "operazione di informazione" sulla base di precedenti già sperimentati nei confronti della Georgia (Voyger, 2018). Si è trovata, tuttavia, pesantemente attaccata da parte occidentale anche con l'intento di limitare tale campagna di propaganda e mantenere ambiguità circa le relazioni internazionali che dovremmo stringere con il Paese (lo stesso è valso anche nei confronti della Cina, la cui influenza è stata favorita dalle scelte di una parte del panorama politico italiano).

L'Europa come il parco giochi della disinformazione

In tale complesso scenario, due possono essere i vettori lungo i quali studiare il fenomeno: da una parte, è in corso un acceso dibattito su come arginare e reagire a questo tipo di minacce (definite "ibride" per la loro natura non convenzionale e non legittimante la risposta con l'uso della forza militare); dall'altra, occorre considerare la posizione dell'Unione Europea nel suo complesso per meglio comprendere l'ampiezza del fenomeno.

La reazione alla disinformazione può avvenire in va-

rie forme, dalla contro-informazione al debunking, che si trovano comunque ad essere come armi spuntate in assenza di una corretta e seria informazione mainstream e di un elevato senso critico diffuso in tutta la cittadinanza.

Parimenti, qualsiasi analisi che perdesse di vista la dimensione europea del problema (per concentrarsi su una dimensione nazionale) costituirebbe un errore in termini geopolitici e strategici.

Sembra opportuno, infatti, ricordare ancora una volta che la disinformazione non è un'attività destinata a conseguire risultati immediati, ma è preparatoria per evoluzioni future. In questo contesto, anche l'aumento dell'incertezza e della frammentazione delle posizioni politiche, così come l'aumento dell'incertezza e della conflittualità nelle relazioni statali intraeuropee, nonché la polarizzazione all'interno delle società europee stesse, sono obiettivi intermedi che la disinformazione ottiene e che vanno a limitare la capacità, per l'intero continente, di effettuare scelte nel proprio esclusivo interesse e nella propria migliore condizione "cognitiva".

Il clima di incertezza che la disinformazione crea è paragonabile a quello di un'infezione che, qualora si propaghi, porta inevitabilmente il soggetto colpito a non avere una chiara e lucida comprensione della realtà e delle scelte che sarebbe opportuno fare. Parlando di Stati, queste scelte sono di tipo economico, sociale e geopolitico. Compromettere la fiducia nella società, in un persistente e cinico "scetticismo assoluto" (Ceccherini-Rodriquez: 2020), nei confronti delle istituzioni esistenti a qualsiasi livello, nonché abituare a scandali e corruzione (Smolenová: 2015) sovrastimando le responsabilità immediate e sottostimando le responsabilità strategiche di lungo termine, facendo perdere di vista il passato inquinandolo con erronee ricostruzioni, sono tutti risultati e obiettivi della disinformazione. Ciò si traduce in un aumento della

polarizzazione, sia all'interno di uno Stato, sia nelle relazioni internazionali, e nella manipolazione delle percezioni iniziali fondate su fattori più stabili come la storia e la geografia. A questo punto il terreno sarà pronto per ricavare dei vantaggi futuri e sfruttare la percezione precedentemente indotta a servizio di questi.

Tale problematica è particolarmente evidente tra gli Stati europei, che si ritrovano ad avere posizioni contrastanti gli uni con gli altri, e in alcuni casi perfino a spaccarsi secondo uno schema bipolare la cui attrattività per molti è essa stessa un pregiudizio, un bias cognitivo dalla nostra percezione e della nostra (scarsa) capacità di immaginare il futuro come diverso dal passato.

Ecco come anche la pandemia di COVID-19 che stiamo vivendo diventa occasione per perseguire strategie (o per dimenticarsi di farlo) su diversi livelli e con i fini più disparati. Come continente europeo dovremmo essere in grado di avere una visione unitaria (in ragione della geografia, prima ancora che della geopolitica), dialogante con tutte le forze che oggi si contendono la nostra attenzione, ma in grado di avere quel senso critico e quella capacità di giudizio che richiediamo ai singoli individui per difendersi dalle bufale e che dobbiamo chiedere anche alla nostra collettività.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

G. Suffia - G. Ziccardi, "Fake news, guerra dell'informazione ed equilibri democratici", in M. Monti (a cura di), *La disinformazione online e il ruolo degli esperti nell'agorà digitale: una prospettiva transdisciplinare*, Federalismi.it n. 11, 2020.

M. Voyger, *Russian Lawfare – Russia's weaponisation of international and domestic law: Implications for the Region and policy recommendations*, Journal on Baltic Security, 2018.

E. Ceccherini - S. Rodriquez, "Fake news e vaccini: le verità nascoste", in M. Monti (a cura di), *La disinformazione online e*

il ruolo degli esperti nell'agorà digitale: una prospettiva transdisciplinare, Federalismi.it n. 11, 2020.

I. Smolenová, *The pro-Russian disinformation campaign in the Czech Republic and Slovakia - Types of media spreading pro-Russian propaganda, their characteristics and frequently used narratives*, PSSI Report, 2015.

RUBEN RAZZANTE

Deontologia giornalistica ai tempi del Covid-19

Il riscatto dell'informazione professionale

Tra gli elementi nuovi che ci lascerà in eredità la pandemia c'è il riscatto della professione giornalistica, che ha fortemente riacquisito credibilità e autorevolezza, ponendosi come faro insostituibile nei flussi informativi multimediali, spesso caotici e fuorvianti. In questi mesi milioni di italiani hanno compreso che l'unico vaccino per combattere l'infodemia, cioè la diffusione incontrollata di informazioni non vagliate e non verificate, è l'informazione professionale, prodotta da giornalisti iscritti all'Ordine e chiamati ad una puntuale verifica delle fonti e al rigoroso rispetto del principio di verità sostanziale dei fatti. Soprattutto all'inizio della pandemia, la circolazione virale di contenuti iperbolici e urlati, capaci di provocare effetti devastanti sull'emotività, sullo stato d'animo e, conseguentemente, sui comportamenti di milioni e milioni di persone, ha reso ancora più prezioso il lavoro dei giornalisti.

Il bene pubblico dell'informazione si è rivelato, anche in questa delicata pagina della storia italiana, essenziale per la comprensione della realtà e per l'esercizio dei diritti di cittadinanza. I giornalisti sono rimasti stabilmente in prima linea per documentare i momenti cruciali dell'emergenza Covid-19 e hanno dato voce a tutti i protago-

nisti della lotta alla pandemia, dai decisori istituzionali al personale medico e infermieristico, dai famigliari delle vittime ai rappresentanti delle categorie produttive. E lo hanno fatto quasi sempre nel pieno rispetto dei principi deontologici dettati a tutela del corretto esercizio del diritto di cronaca. Purtroppo, però, non sono mancati deprecabili casi di violazioni, per fortuna isolati e circoscritti alla fase più cruenta della pandemia.

Soprattutto nelle fasi più delicate e drammatiche dell'emergenza Coronavirus, si è ciclicamente riproposto, come già accaduto in precedenti situazioni critiche con forti rischi per la salute della popolazione, il dilemma riguardante i confini del diritto di cronaca. Fin dove può spingersi la narrazione dei fatti da parte del giornalista, senza compromettere altri valori giuridicamente protetti? È lecito raccontare tutti i dettagli relativi alle sofferenze fisiche oppure il cronista deve porsi dei limiti? È giusto documentare, con l'ausilio di foto e video, scene di dolore fisico e di disperazione emotiva?

Nelle convulse giornate che stiamo ancora vivendo rischia di apparire marginale la discussione su questi aspetti relativi alla rappresentazione della realtà, poiché prevalgono di gran lunga le apprensioni per quanto sta accadendo e per l'evoluzione del contagio da virus. Il che è anche ragionevole.

Qualche deprecabile eccesso nel diritto di cronaca

Sui *social* appaiono pressoché inevitabili lo straripamento lessicale, il cedimento alla morbosità e l'enfatizzazione del clamoroso, ma sui mezzi di informazione tradizionali ci si aspetterebbe maggiore accortezza.

Ecco perché in molti si sono comprensibilmente indignati di fronte a servizi radiotelevisivi realizzati in reparti di rianimazione e terapia intensiva di alcuni ospedali, con

tanto di interviste a persone ricoverate in condizioni di sofferenza fisica e di affaticamento respiratorio dopo aver contratto il Covid-19.

Quale voleva presumibilmente essere la finalità di quei reportage? Anzitutto evidenziare l'appesantimento di molti reparti ospedalieri dedicati in modo pressoché esclusivo ai casi gravi di contagio e in quei giorni pressoché prossimi al collasso, a seguito dell'alto numero di ricoveri. In seconda battuta, smentire il luogo comune di una patologia che colpisce esclusivamente persone anziane e con patologie pregresse. Dunque, avvicinare il microfono alla bocca (o alla mascherina) di un paziente che parla dal letto di un ospedale e racconta la sua esperienza di contagiato integrerebbe un atteggiamento di impronta persuasoria, prima ancora che di natura informativa.

Ma se quest'ordine di valutazioni nelle scelte editoriali fosse esteso su ampia scala, il diritto di cronaca non avrebbe più freni inibitori. Con l'ambizione ibrida di fungere da coscienza critica nei confronti di atteggiamenti superficiali e minimalisti, che pure si sono registrati in quei momenti, l'informazione finirebbe per arrogarsi il diritto di forzare la barriera, che invece dovrebbe risultare invalicabile, del rispetto della dignità umana.

Il bombardamento mediatico monotematico al quale siamo stati sottoposti in quelle settimane davvero drammatiche aveva già abbondantemente segnalato all'attenzione generale la drammaticità delle condizioni di alcuni reparti di terapia intensiva e distillato particolari dettagliati, nei consueti "bollettini di guerra", sull'età variegata delle vittime e dei contagiati.

Sarebbe bastato questo per raggiungere il requisito della completezza della notizia, mentre sono risultati eccedenti ulteriori particolari, anche audiovisivi o fotografici, miranti a drammatizzare plasticamente la condizione degli infetti sottoposti a trattamento medico-ospedaliero.

C'è di mezzo la dignità umana, il primo e più importante diritto inviolabile tutelato dalla Costituzione italiana, che anche i giornalisti, come tutti gli altri cittadini, sono chiamati a rispettare. La legge professionale dei giornalisti declina questo principio, chiarendo che il diritto insopprimibile di informazione e di critica può essere esercitato dal giornalista nel rispetto dei diritti dettati a tutela della personalità altrui. E tra questi c'è al primo posto la dignità dei protagonisti dei fatti che, come detto, è anche il principale diritto inviolabile riconosciuto e garantito dalla Costituzione italiana all'articolo 2. Inoltre, il vincolo per chi fa informazione professionale risulta rafforzato dalla dimensione dell'autodisciplina, formalizzata nelle numerose carte deontologiche e nel Testo unico dei doveri del giornalista, varato quattro anni fa, proprio per offrire una chiara e ben orientata bussola dei comportamenti virtuosi e responsabili nel quotidiano esercizio del diritto di cronaca.

Entrando più nello specifico delle regole deontologiche applicabili alle cronache riguardanti malati e soggetti in situazioni di sofferenza e di disagio, occorre richiamare il Codice che fin dal 1998 disciplina le condotte dei giornalisti in materia di privacy e, nel dettaglio, all'art.8, tutela il valore della dignità della persona come limite invalicabile all'esercizio del diritto di cronaca. Inoltre, all'art.10 si specifica che "il giornalista, nel far riferimento allo stato di salute di una determinata persona, identificata o identificabile, ne rispetta la dignità, il diritto alla riservatezza e al decoro personale, specie nei casi di malattie gravi o terminali, e si astiene dal pubblicare dati analitici di interesse strettamente clinico" e che "la pubblicazione è ammessa nell'ambito del perseguimento dell'essenzialità dell'informazione e sempre nel rispetto della dignità della persona". Senza sottacere il fatto che all'art. 3 si equipara la privacy negli ospedali a quella (assoluta) del proprio

domicilio. Va infine ricordato che il testo di quel Codice deontologico in materia di privacy è diventato l'allegato n.1 del Testo unico dei doveri del giornalista del 2016.

L'applicazione del parametro dell'essenzialità dell'informazione, in casi così delicati come quelli dei degenti in reparti di rianimazione, traccia la linea di demarcazione tra l'autorevolezza professionale e la spettacolarizzazione sensazionalistica. Sovresporre attraverso i media i soggetti deboli, anche con il loro consenso, inquadrando volti, corpi e altri particolari descrittivi della loro agonia, equivale alla rinuncia a un giornalismo scrupoloso, equilibrato, solidale e pienamente rispettoso dei travagli delle persone.

Nonostante le tesi più allarmistiche si siano poi rivelate fondate, resta il fatto che inizialmente il sensazionalismo terroristico, fondato sull'utilizzo, da parte di alcuni media di primo piano, di un linguaggio tendenzialmente apocalittico, non è apparso rispettoso dei canoni del corretto esercizio del diritto di cronaca. Difficili da dimenticare titoli di apertura di quotidiani nazionali con parole come "Coprifuoco" o espressioni del tipo "Nord nella paura" o, peggio, "Come in guerra". Per un pugno di copie in più o, con riferimento ai titoli di alcuni telegiornali, per una percentuale infinitesimale di share in più, si è sacrificato in quei giorni l'elemento della sobrietà e della continenza della forma espositiva, che segna un confine invalicabile tra la corretta informazione e l'informazione-spettacolo, tra il racconto della realtà e l'enfasi descrittiva.

Il giornalismo che dichiara di voler raccontare la verità e tutelare i diritti della personalità, tanto più rispetto a emergenze che hanno un impatto globale come quella del Coronavirus, per farsi ascoltare e apprezzare avrebbe dovuto rinunciare a sbraitare, a urlare, a spararla grossa. E avrebbe dovuto altresì astenersi da tentazioni "professorali", cioè dalla pretesa di pontificare e impartire lezioni

di scienza, lanciando magari allarmi spropositati o, al contrario, minimizzando quelli che si sono comunque appalesati come rischi reali.

Est modus in rebus, verrebbe da dire con riferimento alle cronache sul Covid-19. Ma la tensione di quelle ore ha fatto a pezzi ogni barriera protettiva della deontologia degli operatori dell'informazione, che con messaggi eclatanti hanno preteso di attribuire patenti di affidabilità a strutture sanitarie, medici, istituzioni pubbliche e private. Nulla di tutto questo ha a che fare con le regole di una buona informazione. Ora, però, occorre riscoprire il valore della mediazione giornalistica, evitando di esacerbare un clima già surriscaldato. La strada maestra è mediare tra i fatti e l'opinione pubblica, senza drogare le cronache con alterazioni semantiche e sfoghi personali.

Un auspicio per il giornalismo professionale post-pandemia

Ora che siamo entrati in una nuova fase e che si comincia a intravedere la luce in fondo al tunnel, si riscopra il valore della sobrietà e della pacatezza dei toni quando si diffondono notizie che attengono ad un bene primario come quello della salute. Sia il prima richiamato Codice deontologico del 1998 in materia di privacy, sia la Carta di Perugia del 1995 sull'informazione medico-scientifica, sia il Testo unico dei doveri del giornalista del 2016, raccomandano a chi fa informazione di rifuggire da due eccessi ugualmente deprecabili: l'euforia miracolistica e l'allarmismo disfattista. In particolare l'art. 6 del Testo unico descrive i doveri del giornalista nei confronti dei soggetti deboli: "a) rispettare i diritti e la dignità delle persone malate o con disabilità, siano esse portatrici di menomazioni fisiche, mentali, intellettive o sensoriali, in analogia con quanto già sancito per i minori dalla "Carta di Treviso";

b) evitare nella pubblicazione di notizie su argomenti scientifici un sensazionalismo che potrebbe far sorgere timori o speranze infondate; c) diffondere notizie sanitarie solo se verificate con autorevoli fonti scientifiche; d) non citare il nome commerciale di farmaci e di prodotti in un contesto che possa favorirne il consumo e fornire tempestivamente notizie su quelli ritirati o sospesi perché nocivi alla salute”.

Ancor più all'epoca dei *social* il valore aggiunto dell'informazione professionale può fare la differenza e segnare la vittoria del giornalismo di qualità. Sui *social* tutti pontificano, danno sfogo alle proprie pulsioni diffondendo contenuti non vagliati, non verificati, con post “acchiappaclic”. Ma per statuto i *social* non sono tenuti ad assicurare il nostro diritto ad essere informati. I giornali (anche quelli on line), le radio, le tv, vale a dire i media cosiddetti tradizionali, invece sì. E fin dai titoli e dalle anteprime devono offrire al proprio pubblico una rappresentazione equilibrata della realtà. Altrimenti poi non possono lamentarsi del fatto che sempre più gente li abbandoni perché li considera alla stregua di fonti generiche, improvvisate, non professionali.

E i giornalisti, che pure usano i *social* come tutti gli altri cittadini, non dimentichino il contenuto dell'art. 2 del Testo unico, che impone loro di applicare la deontologia anche su Facebook e sulle altre piattaforme di condivisione. Il giornalista è giornalista anche quando scrive un post sul suo profilo *social* o pubblica un commento o un contenuto di qualsiasi tipo sui profili di altri soggetti. I consigli regionali dell'Ordine dei giornalisti si facciano promotori di corsi di formazione dedicati proprio ai cambiamenti che la pandemia ha prodotto sul modo di fare informazione e sulle declinazioni specifiche della deontologia professionale nella narrazione della realtà post-Coronavirus.

GIOVANNI ZICCARDI

Sorveglianza, controllo e diritti nel periodo dell'emergenza-pandemia

Durante le grandi crisi, le catastrofi e i periodi di emergenza, non è mai semplice cercare di ragionare in maniera lucida.

Non è affatto semplice, quindi, delineare con cura tutti gli aspetti di un periodo, e di un evento, che non ha precedenti nella nostra storia e di cui ancora non si conoscono compiutamente i confini.

Compito dell'interprete, però, è proprio quello di cercare di mantenere la lucidità anche in simili situazioni e di cercare di scrutare, al di là della contingenza, della legislazione di emergenza, dei cambi di rotta, delle rivendicazioni politiche, dello storytelling e delle *fake news*, ciò che realmente sta succedendo.

Lo studioso di informatica giuridica non può fare a meno di notare, in questo periodo, come vi sia stato un aumento esponenziale della “voglia” di controllo, di sorveglianza, di uso dei droni, delle app e di sistemi evoluti di tracciamento per cercare di fronteggiare una emergenza che ha anche una componente geografica molto importante, e che correla la possibilità di contagio agli spostamenti e alla prossimità degli individui.

Sistemi di controllo con geo-localizzazione e Bluetooth, uso dei droni, uso di app (anche di Stato) per cercare di mappare i positivi e chi entra in contatto con loro, moni-

toraggio degli spostamenti di gruppi di persone per verificare le misure di contenimento, controllo dei lavoratori e della loro temperatura/stato di salute hanno dipinto, in pochi mesi, un quadro orwelliano che ha destato particolari preoccupazioni anche tra gli studiosi di privacy e di protezione dei dati.

Muoviamo da una premessa semplice, e non sempre compresa: il diritto alla protezione dei dati del cittadino, e alla sua privacy, e il diritto alla salute della collettività in periodo di epidemia o di emergenza non sono due diritti che si escludono l'un l'altro ma, al contrario, sono due diritti che devono essere equilibrati.

Certo, in alcuni casi ed eventi eccezionali la privacy del cittadino può essere attenuata, per prediligere esigenze contingenti di tutela del bene pubblico e della salute, ma rimane sempre e comunque viva la necessità di far sì che tutti gli interventi normativi e tecnologici rimangano nell'alveo dei principi fondamentali di protezione dei dati di cui l'Europa si fa paladina (anche nei confronti del resto del mondo) da oltre vent'anni.

In Italia, il dibattito ha invece preso subito una piega strana: molti non esperti di privacy – soprattutto medici e virologi – hanno tentato di veicolare il messaggio della idea di privacy come “ostacolo” *ex se*, come elemento di disturbo nel cercare di tutelare la salute dei cittadini, come dettaglio, o “lusso”, che doveva essere accantonato, per il momento, e consentire, quindi, qualsiasi azione, anche la più invasiva, nei confronti del cittadino e del lavoratore.

Non è così. È proprio nei momenti di crisi che la tutela del cittadino deve essere la più alta, soprattutto contro i rischi di discriminazione, di stigmatizzazione e di isolamento sociale.

Si pensi a quanto possa essere lesiva per il cittadino una tecnologia che lo “qualifichi” in un certo modo, che gli apponga delle etichette e operi quel *social sorting*, la

catalogazione sociale, che non è soltanto oggetto di trame di fiction alla *Black Mirror* ma che era studiata da tempo sia da Bauman sia da Rodotà.

Il cittadino viene inserito in una categoria: positivo, immune, con anticorpi, asintomatico, già malato e ora guarito, in prossimità a un positivo, in quarantena, etc. e la società, attorno all'individuo, viene plasmata, in un'ottica di diritti, in base a quelle categorie. Se rientri in una determinata qualifica godrai di più o meno diritti nell'ambiente in cui vivi e nel quale si manifesta e si esprime la tua personalità (e il tuo *status*) di cittadino.

Questo (possibile) quadro è quello che è sempre stato osteggiato dai grandi studiosi della protezione dei dati, Stefano Rodotà *in primis*.

Si ricordi sempre che l'impianto normativo della protezione dei dati nel Vecchio Continente, che ha portato prima alla Direttiva Madre del 1995 e, poi, al GDPR nel 2016, è nato proprio dalla seconda guerra mondiale e dallo sterminio degli ebrei e degli oppositori politici (ma non solo: i nazismi e i fascismi arrivarono anche a sterminare i disabili e i malati, gli omosessuali, i rom, i bambini non ritenuti sani e tutto coloro che erano categorizzati come "inferiori" in base alle leggi sulla razza) con la volontà di impedire proprio questo.

Anche il periodo della Stasi, fino al 1989, ha connotato con forza il quadro normativo europeo: protezione dei dati significa anche protezione dei dati dallo Stato, dal suo controllo e dal suo trattamento discriminatorio e illegale, e non solo privacy intesa come intimità, come protezione del proprio cortile o dei propri affetti.

Ecco, questa idea europea della protezione dei dati come protezione anche *dallo* Stato sta subendo, in questi mesi, un durissimo colpo, perché l'equilibrio dei diritti di cui si parlava in esordio non è più visto come una priorità, nonostante gli appelli dei vari Garanti.

Gli esempi che lo studioso può fare sono numerosi.

Si pensi, *in primis*, all'uso di droni per controllare la presenza delle persone nelle strade o, in generale, per controllare gli spazi urbani.

I droni sono una delle minacce alla privacy più forti, oggi. Sono utilizzabili anche negli spazi aperti, luoghi dove, una volta, il cittadino aveva aspettative di privacy molto alte (in quanti film abbiamo visto le spie incontrarsi in pubblico, nelle piazze o nelle strade trafficate, per parlare senza essere intercettate), e sono muniti di sensori (termici, di prossimità, telecamere, microfoni) che consentono non solo di carpire qualsiasi tipo di informazione ma anche di vedere e sentire attraverso i muri.

Il drone che vola tra le vie delle nostre città per controllare gli spostamenti delle persone è una immagine che avevamo visto soltanto in film di fantascienza o in serie televisive distopiche.

Eppure, decisioni in tal senso non sono state, in molti casi, minimamente criticate e non si è compreso che il passaggio che si stava per fare, in un'ottica di limitazione dei diritti di libertà, era importante.

Un secondo esempio molto chiaro è la proposta di uso di app per il tracciamento dei malati o di chi è entrato in contatto con malati: una soluzione che già molti Stati nel mondo hanno implementato e che dovrebbe sollevare dibattiti molto forti.

Sono diversi i punti che non sono chiari all'interprete su queste soluzioni, anche a causa della segretezza attraverso la quale sono portate avanti certe attività o, peggio, della mancanza di una discussione parlamentare seria e della predilezione di proclami e, appunto, di annunci e di storytelling (nel senso negativo del termine).

L'installazione dell'app sarà su base volontaria? Potrà creare problemi di funzionamento al dispositivo? Sarà anonima, nel suo funzionamento? Chi custodirà i dati

della salute dei cittadini? I dati saranno poi processati da strumenti di *machine learning*, o usati per fini di sperimentazione o commerciali? I dati potranno essere oggetto di *data breach*, soprattutto se salvati in maniera centralizzata, o qualcuno si prenderà carico di mantenerli sicuri? Saranno distrutti, al termine dell'emergenza, e con quali garanzie? E chi non vorrà installare l'app, sarà discriminato? Non potrà accedere a determinati servizi? Diventerà, insomma, un cittadino di serie B e, quindi, messo da parte?

Anche in questo caso, il dibattito sull'equilibrio dei diritti è passato in secondo piano.

Circolano battute infelici, sui *social network* che ricordano che, comunque, abbiamo già dato tutte le informazioni alle piattaforme e che, quindi, impuntarsi per un problema di privacy dell'app in emergenza sanitaria sarebbe stupido. Anche in questo caso, si guarda al dito e non alla luna. I dati che potrebbero essere raccolti da questa app sono di una gravità enorme se non sono realmente sottoposti a un processo di anonimizzazione che possa abbassare i rischi. Senza contare la possibile inutilità pratica di una simile app nel caso i cittadini non la scaricassero (perché, ad esempio, lo smartphone di cui sono in possesso è obsoleto e non lo permette o, semplicemente, perché non si fidano), in quanto il campione raccolto sarebbe molto basso e, quindi, inadatto a raggiungere il suo scopo.

Questi due esempi che abbiamo fatto, dei droni e delle app, si inseriscono, si diceva, in un quadro generale di volontà di controllo dei dati che ha assunto, in questi tre mesi, un aspetto per molti versi patologico.

Sin dall'inizio della pandemia ci siamo alimentati di dati che venivano forniti con regolarità alle 18 di sera da vari enti, che fossero la Protezione civile, l'Istituto Superiore di Sanità o le singole regioni.

Col passare dei giorni, in molti si sono resi conto che tutta questa fiducia nei *big data* era frutto, in alcuni casi, di una sorta di allucinazione collettiva (per usare un termine caro al cyberpunk), dal momento che tali dati, in molte occasioni, non avevano alcuna base scientifica.

L'umore dei cittadini, la speranza, la voglia di uscire o, al contrario, la necessità di rimanere in casa erano condizionati da dati su morti, contagi, ricoverati di cui si sapeva pochissimo perché non erano fatti, alla base, i calcoli esatti sui tamponi, sulle reali cause di decesso.

I *big data* diventavano, allora, un vero e proprio storytelling con alcuni punti attendibili (si pensi al numero di ricoverati nelle terapie intensive), alcuni parzialmente attendibili (i decessi, senza però avere un quadro completo dei decessi in ambito domestico, nelle case di cura o in per altre patologie) e altri completamente lasciati al caso (il numero di contagi senza aver fatto tamponi a tutta la popolazione, ad esempio).

Il dato usato per *contare* e non per *raccontare*, come dice spesso il filosofo tedesco Byung-Chul Han, che distrae l'attenzione dalla realtà e dai fatti concreti.

Ecco, forse compito dell'interprete dovrebbe essere quello di mantenere la lucidità in un periodo di emergenza e di dividere con cura, e con la calma che richiede un serio approccio scientifico, ciò che è narrazione e ciò che è verità, ciò che è propaganda politica (perché abbiamo avuto anche politici talmente cinici e spregiudicati da approfittare della situazione, e con le bare ancora schierate, per cercare un tornaconto personale) da ciò che è invece giusta azione di Stato per superare il problema.

La lucidità cui ci appelliamo ci fa notare come siano stati messi in grande pericolo i diritti dei cittadini in un'ottica di protezione dei dati, e come lo saranno, probabilmente, anche nel prossimo futuro.

Si è scivolati, rapidamente, verso il quadro di una so-

cietà del controllo, della sorveglianza e del *sorting* sociale che non ha precedenti, soprattutto perché oggi l'uso di tecnologie informatiche consente una amplificazione del potere di controllo.

In questo quadro, il Garante per la protezione dei dati italiano e i Garanti europei cercano di ribadire, in ogni momento, i principi di base della nostra tradizione, senza però eliminare la possibilità di strumenti di tracciamento ma sostenendo sempre, a voce alta, la necessità di equilibrare i diritti.

In particolare, e in conclusione di queste brevi riflessioni, ci sembra che i punti fermi stabiliti dai Garanti Europei e ribaditi dal Garante Italiano siano imprescindibili per garantire una gestione dell'uso di strumenti tecnologici in questa emergenza che sia attenta ai limiti dati dai diritti delle persone.

La *volontarietà*, innanzitutto. Sono strumenti di tracciamento che hanno rilevante impatto individuale, per cui l'adesione al sistema del cittadino deve essere frutto di una scelta realmente libera da parte dell'interessato. La mancata adesione al sistema non deve, poi, comportare svantaggi né rappresentare una condizione per l'esercizio di diritti. Il mancato utilizzo dell'applicazione non dovrebbe comportare, in altre parole, conseguenze pregiudizievoli in alcun modo, su tutti gli aspetti della vita del cittadino.

L'interesse pubblico e l'esigenza di sanità pubblica possono, sì, consentire delle temporanee limitazioni ai diritti delle persone, ma deve sempre essere chiara la base normativa, i limiti e il rispetto, comunque, di alcuni principi fondamentali.

Il terzo punto è l'imprescindibile necessità di trasparenza. Occorre che lo Stato e le norme assicurino il pieno rispetto degli obblighi di trasparenza previsti dal Regolamento Europeo nei confronti degli interessati e che, in

altre parole, gli interessati abbiano in ogni momento un'adeguata informazione sul trattamento e, in particolare, sulla pseudonimizzazione dei dati. A ciò si aggiunga la necessità di fare sempre una valutazione di impatto e di prevedere il carattere libero e aperto del software da rilasciare con licenza open source.

L'attività di tracciamento deve poi essere finalizzata esclusivamente al contenimento dei contagi, escludendo fini ulteriori, ferme restando le possibilità di utilizzo a fini di ricerca scientifica e statistica, purché nei soli termini generali previsti dal Regolamento.

I dati raccolti devono essere selettivi e minimizzati: devono poter tracciare i contatti stretti e non i movimenti o l'ubicazione del soggetto, e devono essere raccolti solo i dati strettamente necessari ai fini della individuazione dei possibili contagi, con tecniche di anonimizzazione e pseudonimizzazione affidabili.

Anche la conservazione deve limitarsi al periodo strettamente necessario, da valutarsi sulla base delle decisioni dell'autorità sanitaria su parametri oggettivi come il periodo di incubazione.

Occorre, infine, che il cittadino possa sempre esercitare i suoi diritti (anche nei confronti di decisioni prese dall'algoritmo), che le app e i software siano interoperabili con altri sistemi di *contact tracing* utilizzati in Europa e che vi sia reciprocità di anonimato tra gli utenti dell'app, i quali devono peraltro non essere identificabili dal titolare del trattamento, dovendo la identificazione ammettersi al limitato fine dell'individuazione dei contagiati.

Vi può essere, quindi, un equilibrio tra la tutela dell'emergenza e il rispetto dei diritti, seppur leggermente attenuato, dei cittadini. Ma ciò non si ottiene con una corsa forsennata al controllo, alla sorveglianza, alla categorizzazione delle persone e ai limiti e divieti, alla automatizzazione delle autocertificazioni con collegamento diretto

alle sanzioni e con l'uso kafkiano della burocrazia, pensato per creare labirinti e muri di gomma dove il diritto e la dignità dei cittadini si perdono, ma mantenendo fermi i principi di protezione dei dati, di non discriminazione, di non invasività dei sistemi di controllo della vita quotidiana, soprattutto quando si tratta di dati sanitari e, quindi, dei dati più delicati per le persone.

L'emergenza-pandemia tra protezione dei dati, diritto sul luogo di lavoro e nuove tecnologie

L'emergenza e il trattamento dei dati sul (nuovo) luogo di lavoro

“No, ad iniziative fai da te”: si intitolava così il comunicato stampa del 2 marzo 2020 del Garante per la Protezione dei Dati italiano in riferimento alle prassi della misurazione della temperatura corporea posta in essere da alcuni titolari del trattamento dei dati nel tentativo di proteggere la propria attività dal contagio.

Forse, il 2 marzo nessuno di noi, Garante compreso, poteva immaginare le conseguenze di quel primo contagio nella provincia lombarda.

Solo dodici giorni dopo, quel “no” diventava meno rigido, ed entrava in vigore il protocollo condiviso tra le parti sociali di regolamentazione delle misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del virus Covid-19 negli ambienti di lavoro.

Lo stesso si pone in deroga al principio fondamentale che vale nell'ambito delle operazioni di trattamento dei dati personali negli ambienti di lavoro, in cui vige il divieto generalizzato di sorveglianza sanitaria.

Il nostro ordinamento, infatti, vieta l'indagine relativa allo stato di salute del dipendente, che non può essere

effettuata né come accertamento preventivo né in associazione a misure d'igiene e prevenzione.

Già il provvedimento del 2 marzo invitava la collettività ad attenersi alle sole indicazioni dei soggetti pubblici e dei Ministeri competenti. Lo stesso si poneva in accordo alla posizione di altri Garanti europei e confermava l'assunto per il quale la raccolta dei dati sanitari o il rilascio di autodichiarazioni da parte del lavoratore, riportanti indicazioni circa lo stato di salute degli stessi, doveva avvenire nel rispetto dei principi posti a tutela dei diritti e delle libertà degli interessati.

La necessità di contenere l'emergenza, unita al bisogno di mantenere in vita la gestione delle normali attività di impresa e delle istituzioni pubbliche, ha portato il Legislatore all'emanazione del DCPM 11 marzo 2020 che, all'Art. 1, n. 7, lett. d), contempla la possibilità di adottare misure specifiche, tra le quali rientra la misurazione della temperatura corporea e il rilascio di autodichiarazioni attinenti lo stato di salute dei lavoratori.

Tuttavia, tale operazione – afferma il protocollo – deve essere incardinata nel rispetto dei principi della privacy e della dignità degli interessati, prevedendo una serie di oneri a carico dei titolari del trattamento che scelgono o che, per ATECO, devono, procedere alla misurazione della temperatura corporea nell'organizzazione della propria attività.

Subito dopo l'entrata in vigore del DPCM, il Garante, in un'intervista all'ANSA, ha dichiarato l'importanza del diritto alla privacy anche ai tempi della pandemia. L'essenzialità del diritto consente, infatti, di orientare l'azione nel modo più equilibrato e compatibile con i principi di una società democratica.

Difatti, la deroga posta dal DPCM richiede il rispetto del diritto alla riservatezza del lavoratore, imponendo una serie di oneri a carico del titolare del trattamento, specificati nel già citato protocollo condiviso.

Lo stesso, infatti, rileva che la misurazione in tempo reale della temperatura corporea costituisce un trattamento di dati personali e, pertanto, deve avvenire ai sensi della disciplina sulla privacy vigente.

In particolare, il protocollo suggerisce, una volta rilevata la temperatura, di non registrare il dato acquisito.

La registrazione comporterebbe un ulteriore trattamento, non necessario nell'ottica della finalità perseguita e, quindi, contrario ai principi di necessità e pertinenza che devono sempre contraddistinguere le operazioni del titolare del trattamento. È consentito procedere alla misurazione della temperatura solo qualora ciò sia necessario a documentare le ragioni che hanno impedito l'accesso ai locali aziendali.

Il titolare del trattamento è tenuto altresì a consegnare idonea informativa all'interessato, indicando, nelle finalità, la prevenzione dal contagio da Covid-19 e, con riferimento alla base giuridica, l'implementazione dei protocolli di sicurezza anti-contagio ai sensi dell'Art. 1, n. 7, lett. d) del DPCM 11 marzo 2020. Con riferimento alla durata dell'eventuale conservazione dei dati, invece, si può far riferimento al termine dello stato d'emergenza.

Per quanto attiene le basi giuridiche del trattamento, il Regolamento Europeo 679/2016 (GDPR) già riconosceva la necessità di gestione del dato particolare dell'interessato nella situazione d'emergenza.

Nello specifico, all'Art. 9, comma 2, lett. b) GDPR quando il trattamento è necessario per assolvere obblighi in materia di diritto del lavoro e della sicurezza sociale e protezione sociale; all'Art. 9, comma 2, lett. g) GDPR quando il trattamento risulti necessario per motivi di interesse pubblico rilevante sulla base del diritto dell'Unione o dello Stato membro, in cui rientrano anche "compiti di interesse sanitario nazionale dei soggetti operanti in ambito sanitario [...] per compiti di sicurezza e salute della

popolazione e salvaguardia della vita e dell'incolumità fisica", ai sensi dell'art. 2-*sexies* d.lgs. n. 196/2003, così come novellato dal d.lgs. 101/2018); ed infine all'Art. 9, comma 2, lett. i) GDPR, laddove il trattamento sia necessario a soddisfare motivi di interesse pubblico nel settore della sanità pubblica.

Invero, il Considerando 46 del GDPR prevede espressamente la situazione d'emergenza in ordine a quei trattamenti sorti sulla base di emergenze sanitarie, legittimando le operazioni di trattamento per motivi di interesse pubblico o a tutela degli interessi vitali dell'interessato, facendo riferimento alle finalità umanitarie o alla necessità di tenere sotto controllo la diffusione di epidemie e la loro diffusione.

Il protocollo, poi, definisce la necessità di adottare specifiche misure di sicurezza tecniche ed organizzative, in ossequio ai dettami di cui all'Art. 32.

Sotto il profilo organizzativo, emerge poi l'esigenza di identificare i soggetti preposti al trattamento. Tale misura conferma la portata impositiva del combinato disposto dell'Art. 29 GDPR e dall' Art. 2-*quaterdecies* Codice Privacy, come modificato dal d.lgs. 101/2018. La designazione degli autorizzati al trattamento permette di monitorare il legittimo flusso delle informazioni negli ambiti degli uffici e, al contempo, di garantire che il trattamento avvenga nel rispetto della dignità dell'interessato. Non solo: l'istruzione fornita dal titolare deve guidare l'autorizzato all'adozione di tutte le precauzioni necessarie affinché il trattamento avvenga nelle modalità circoscritte dalla legge.

Le misure tecniche, poi, devono tendere ad evitare il verificarsi di rischi per i diritti e le libertà degli interessati e, a tal uopo, l'Art. 25 del GDPR dispone che il titolare del trattamento "deve tenere in considerazione dello stato dell'arte e dei costi di attuazione, nonché della natura, dell'ambito di applicazione, del contesto e delle finalità

del trattamento, come anche dei rischi aventi probabilità e gravità diverse per i diritti e le libertà delle persone fisiche costituiti dal trattamento”. Le scelte operate dal titolare devono garantire che le informazioni raccolte non vengano comunicate a terzi al di fuori delle specifiche previsioni normative.

L'emergenza della delocalizzazione e dell'istruzione a distanza e la tutela dei diritti

Nell'intervista ricordata, il Garante dichiara che il sistema giuridico italiano è dotato di limiti ben precisi posti a tutela della riservatezza; gli stessi traggono linfa dal concetto di democrazia, poiché la stessa è dotata di capacità resilienti. Il sistema giuridico democratico è dotato della capacità di modulare le deroghe alle regole ordinarie.

Tale assunto richiama l'attenzione ad un altro cambiamento causato dalla situazione emergenziale e affrontato a più battute dall'Autorità Garante. La necessità di fronteggiare la chiusura degli edifici scolastici, infatti, ribadisce la sacralità del diritto allo studio anche ai tempi dell'emergenza e si pone in un'ottica diversa, modulata su nuovi paradigmi.

La riflessione che ne consegue è strettamente connessa alle nuove esigenze di istruzione: la pandemia ha richiesto un nuovo approccio all'insegnamento e preteso una nuova alleanza tra tecnologia ed istituzioni.

La rivoluzione, quasi copernicana, a cui è sottoposta l'istruzione trova riconoscimento in una nuova modalità di far scuola: l'e-learning.

Sull'argomento è intervenuto il Garante con apposito provvedimento del 26 marzo 2020, recante le prime indicazioni sulla didattica a distanza, alle quali deve conformarsi il titolare del trattamento.

Il provvedimento chiarisce in prima battuta la neces-

sità di calibrare le straordinarie potenzialità del digitale con i rischi derivanti dal ricorso a un uso scorretto o poco consapevole degli strumenti telematici, spesso dovuto anche alla loro oggettiva complessità di funzionamento.

A tal uopo, l'Autorità chiarisce che, nella scelta e nella regolamentazione degli strumenti più utili per la realizzazione della didattica a distanza, scuole e università devono orientarsi verso strumenti che abbiano *by design* (fin dalla progettazione) e *by default* (per impostazioni predefinite) misure a protezione dei dati.

Per quanto attiene la base giuridica del trattamento, il Garante chiarisce che la legittimità dello stesso si rinviene, per scuole ed università, nelle operazioni funzionali all'attività didattica e formativa in ambito scolastico, professionale, superiore o universitario negli Art. 6, par. 1, lett. e), 3, lett. b) e 9, par. 2, lett. g) del GDPR e negli Artt. 2-ter e 2-sexies del Codice Privacy.

Inoltre, il provvedimento richiama l'esigenza di garantire la trasparenza e la correttezza del trattamento.

Le istituzioni scolastiche e universitarie devono, pertanto, assicurare il rispetto di tali principi informando gli interessati (alunni, studenti, genitori e docenti), con un linguaggio comprensibile anche ai minori, sulle caratteristiche del trattamento, che deve essere circostanziato al perseguimento della finalità di didattica a distanza.

Ulteriore presupposto individuato dall'Autorità nel provvedimento *de quo* si pone in riferimento ai presupposti e alle condizioni circa la legittimità dell'impiego di strumenti tecnologici, che deve seguire i principi di cui gli Artt. 5 e 88, par. 2, del GDPR, Art. 114 del Codice in materia di protezione dei dati personali e Art. 4 della legge 20 maggio 1970, n. 300 (c.d. "Statuto dei lavoratori").

Tale ultima disposizione dispone il divieto generalizzato del controllo a distanza dell'attività lavorativa; l'ausilio di tecnologie segna nuovi oneri in capo al titolare del

trattamento, soprattutto in riferimento alle modalità di erogazione dell'e-learning, che devono garantire la riservatezza e la dignità del lavoratore, unitamente alla libertà di insegnamento.

La precisazione operata dal Garante rileva la sua essenzialità soprattutto nell'operazione attinente la scelta del fornitore della piattaforma e-learning.

Il GDPR dispone, anzitutto, che il rapporto con il fornitore (responsabile del trattamento) deve essere regolato da apposito contratto o da altro atto giuridico. Invero, il principio di *accountability* impone al titolare di declinare la scelta tra quelli in grado di fornire le migliori garanzie in termini di protezione e sicurezza dei dati personali. Il titolare, ai sensi dell'Art. 28, deve operare una specifica signoria sull'attività del fornitore, per avere piena contezza dei trattamenti effettuati da quest'ultimo e per garantire che l'erogazione dei servizi si ponga nel rispetto del diritto alla riservatezza.

Con riferimento al trattamento dei dati degli studenti svolti dalle piattaforme quali responsabili del trattamento stesso, il Garante ricorda che lo stesso deve limitarsi a quanto strettamente necessario per la fornitura dei servizi richiesti ai fini della didattica online, senza l'effettuazione di operazioni ulteriori, preordinate al perseguimento di finalità proprie del fornitore. L'ammissibilità di tali operazioni dovrà, infatti, essere valutata di volta in volta, rispetto ai requisiti richiesti dal Regolamento quali, in particolare, i presupposti di liceità e i principi applicabili al trattamento dei dati personali (artt. 5 e ss.). Il trattamento ulteriore dei dati degli utenti, da parte dei gestori delle piattaforme, nella diversa veste di titolari del trattamento, dovrà naturalmente osservare, tra gli altri, gli obblighi di informazione e trasparenza, secondo quanto previsto dall'art. 13 del Regolamento.

L'emergenza virus, è evidente, ci ha dunque costret-

ti a reinventarci in ogni contesto, da quello lavorativo o dell'istruzione – sin qui analizzati – a quello sanitario, che in questi mesi è stato messo duramente alla prova. Mai come prima d'ora, infatti, si è assistito ad un proliferare di dibattiti, concernenti questioni molto spesso assai spinose, come ad esempio quella relativa al bilanciamento tra i due diritti fondamentali alla salute e alla privacy. O, come del resto ben noto, la difficoltà nella gestione di pazienti e reparti, nell'intento di combattere un nemico sconosciuto e imprevedibile. Non solo: come si accennava, anche il settore sanitario e della ricerca si sono dovute reinventare, forse anche più velocemente degli altri, riconsiderando pericoli e vantaggi del digitale.

“Sui social e media troppi dettagli dei malati”. Esordiva così l'Autorità Garante per la protezione dei dati personali, in un comunicato stampa del 31 marzo 2020. A quasi un mese dalla chiusura del nostro Paese, veniva dunque messa in luce una delle tante problematiche connesse alla riservatezza dei pazienti e alla tutela dei dati relativi alla salute. L'informazione, si ribadiva, non può mai ledere il diritto alla dignità delle persone, anche nell'intento di evitare una possibile “stigmatizzazione” permanente dei contagiati, resa possibile dalla diffusione delle notizie in rete.

Ma non è tutto: le problematiche sorte dalla situazione in analisi, con specifico riferimento al digitale e alla tutela dei dati personali, infatti, sono molteplici. Tra queste, senza però entrare troppo nel dettaglio, si cita quella relativa alle modalità di consegna della ricetta medica, ostacolate dalla necessità di evitare assembramenti, anche nelle sale d'aspetto degli ambulatori. A tal proposito, infatti, è intervenuto ancora una volta il Garante, nell'intento di mettere fine all'adozione di modalità alternative “fai da te”, già dilagate tra i medici delle diverse regioni. Tramite parere del 19 marzo, infatti, l'Autorità ha approvato

lo schema di decreto, approntato dal MeF, relativo alla dematerializzazione dei promemoria medici, ribadendo altresì la necessità di rispettare tutte le misure tecniche volte a garantire la riservatezza delle informazioni.

Ancora, degno di nota è stato l'intervento dell'European Data Protection Board (EDPB), il quale, nelle sue "Linee-guida 03/2020 sul trattamento dei dati relativi alla salute a fini di ricerca scientifica nel contesto dell'emergenza legata al COVID-19", del 21 aprile 2020, ha rimarcato la necessità di rispettare i principi fondamentali già fissati dal GDPR anche nel contesto emergenziale, soprattutto con riferimento al requisito del consenso degli interessati, all'adozione di misure di sicurezza adeguate e al trasferimento dei dati in Paesi Extra-UE solo in presenza di adeguate garanzie, fornendo altresì alcune chiarificazioni in tema di basi giuridiche del trattamento o di trattamento ulteriore dei dati per finalità di ricerca scientifica.

Sempre in riferimento alle problematiche connesse al digitale, poi, è fondamentale porre in luce lo spaventoso aumento degli attacchi cibernetici alle strutture ospedaliere, come quello subito dallo Spallanzani di Roma. Del resto, colpire in circostanze straordinarie come quella attuale risulta sicuramente più facile per gli attaccanti, e può provocare danni ingenti, sia attraverso il blocco dell'operatività delle infrastrutture (tramite i "ransomware", i cosiddetti "malware del riscatto") che tramite furti di dati personali (i cosiddetti "data breach"), i quali possono alimentare floridi mercati nel deep web. Anche in questa occasione, come già fu nel 2017 con la diffusione su scala mondiale del ransomware "Wannacry", emerge quindi l'importanza per tali strutture di adottare tecniche di cybersecurity all'avanguardia, in grado di rispondere prontamente in caso di attacco.

In tale contesto – come affermato dai maggiori esperti del settore – un ruolo fondamentale è e sarà sempre

più giocato dall'Intelligenza Artificiale, che è in grado di rilevare comportamenti anomali nei sistemi attraverso l'individuazione di pattern ricorrenti, per lo più sfuggenti all'occhio umano.

L'AI riveste però un'altra funzione rilevante, nella lotta al Coronavirus: quella di supporto alla ricerca (nel tracciamento dei contagi e nella realizzazione di un vaccino) e quella di motore trainante nello sviluppo di tecniche di assistenza sanitaria innovative, adottabili certamente anche ad emergenza terminata. Non solo negatività si sono riscontrate, dunque, nel periodo emergenziale che stiamo vivendo: il divieto di assembramento e il sovraffollamento degli ospedali, infatti, hanno costituito terreno fertile per la sperimentazione di metodologie alternative nella cura e assistenza ai malati, contribuendo, di fatto, ad un notevole salto di qualità nella digitalizzazione della medicina.

IVANA NASTI

Istituzioni pubbliche, informazione e comunicazione sanitaria in tempo di emergenza

Emergenza sanitaria e azione pubblica

L'esperienza della pandemia dà prova della difficoltà di contemperare diritti tutti fondamentali della persona: diritto alla salute, alla riservatezza, alla libertà d'impresa, alla libera circolazione di persone, servizi, merci, diritto di eguaglianza... sono alcuni tra i diritti più colpiti dall'emergenza sanitaria e dalle conseguenti decisioni politiche. Nella scelta sui diritti da considerare prioritari il Governo, in una prima fase, ha dichiarato nei suoi atti e nelle comunicazioni istituzionali che la priorità assoluta, il faro doveva essere il diritto alla salute; mentre nella fase attuale della crisi accanto a tale situazione soggettiva (individuale e collettiva, nella sua duplice dimensione), a fronte della diminuzione dei contagi, ha applicato il principio del bilanciamento tra i diritti in gioco autorizzando la graduale ripresa della libertà d'impresa e della libera circolazione. Ovviamente, le misure sin qui prese hanno richiesto una cabina di regia per mettere a sistema gli interventi delle diverse Istituzioni coinvolte, che hanno dato dimostrazione, spesso, di reazione immediata, seppure d'impreparazione originaria.

Il Governo ha adottato provvedimenti a tutela della salute e poi anche dell'economia nazionale con strumenti

normativi di immediata efficacia: dai decreti legge convertiti ai primi DPCM, con il dl. n. 19/2020 che ha colmato un deficit di legalità formale, definendo in modo tassativo le misure che potevano essere adottate con i DPCM e autorizzando il Governo ad adottare questi ultimi solo fino al 31 luglio 2020, altri decreti-legge hanno riguardato gli interventi in materia di sanità necessari per dotare il SSN di uomini e mezzi e le misure a tutela delle persone e delle imprese colpite dalla recessione dell'economia. Così hanno fatto anche le Regioni, con lo strumento delle ordinanze di necessità ed urgenza. Il coinvolgimento delle Regioni è stato consacrato nel decreto legge prima citato, dove, all'articolo 2, si è sancito che le misure per il contenimento del virus sono adottate sentite le Regioni o su loro proposta. È accaduto, tuttavia, soprattutto verso la fine della prima fase che alcuni Governatori si siano discostati dalle decisioni del Governo centrale con misure più libertarie ovvero con più restrittive: già questo foriero di disegualianze non sempre giustificate tra i cittadini italiani. Non è mancato il rischio di conflitti di attribuzione, tanto che proprio di recente il presidente della Corte costituzionale ha lanciato un appello affinché Stato e Regioni collaborino e "si parlino" prima di decidere. E proprio nell'ambito del tema sulla tenuta del rapporto tra Stato e autonomie territoriali, la questione emersa evidente nell'attuale pandemia e con la quale nel prossimo futuro dovremo probabilmente fare i conti riguarda la qualità e il funzionamento dell'attuale assetto politico-territoriale dell'Italia, a partire appunto dagli Enti territoriali. Ad esempio, l'effettiva funzionalità dell'assetto "pseudofederalista", basato sull'ennesima redistribuzione delle competenze e della potestà legislativa tra Stato e Regioni. Si tratta di chiedersi, in altre parole, se una certa visione politica e culturale del regionalismo non abbia fatto il suo tempo, visti gli effetti distorti che esso ha prodotto

e che nulla hanno a che fare con l'idea di autonomismo (l'unità nel pluralismo dei territori) sostenuta dai nostri Costituenti quando decisero l'istituzione delle Regioni. Si è potuto osservare in questa fase che le Regioni tendono a considerarsi competitive rispetto allo Stato centrale, addirittura in alcuni casi potenzialmente alla stregua di soggetti con una sovranità assoluta, piuttosto che sue articolazioni territoriali. Tra i tanti cambiamenti che questo virus potrebbe determinare nella nostra vita pubblica, a livello istituzionale c'è quindi quello di una prospettiva di riordino dello Stato e una nuova stagione del regionalismo che individui con chiarezza gli interessi collettivi che devono trovare tutela a livello centrale, senza per questo necessariamente annullare le specificità regionali.

A livello di gestione della *res publica*, nessuna pubblica amministrazione ha sospeso le proprie attività istituzionali – facendo quasi sempre ricorso in misura massiccia al lavoro agile o telelavoro –, che anzi sono state focalizzate a gestire al meglio l'emergenza; e se vi sono stati rallentamenti questi sono stati dovuti al *favor* governativo verso i privati più colpiti dagli effetti della pandemia. Alcune Istituzioni sono state, poi, particolarmente in prima linea a gestire gli effetti della pandemia. Senza dire dell'amministrazione medico-sanitaria la cui azione di trincea è sotto gli occhi di tutti, appare interessante passare in rassegna l'azione di alcuni comparti forse finora meno indagati dall'informazione: l'Università, la Scuola, le Autorità indipendenti.

Università e ricerca sono arrivate alla prova dell'emergenza impreparate sotto il profilo della formazione nonché tecnologico. Cionondimeno la risposta dell'Università è stata immediata, a partire dal DPCM del 4/3/2020, al quale ha fatto seguito la Circolare Ministeriale del 5/3/2020 e il DPCM dell'8 marzo: da quella data tutte le Università italiane hanno sospeso l'erogazione della

didattica in presenza e poi delle altre attività in presenza (segreterie, biblioteche, etc.). L'azione è stata rapida, ma non sempre ben articolata e talvolta disomogenea, con differenze che risentono del buon uso delle risorse economiche, della ricchezza e dello sviluppo del territorio nel quale esse insistono. Il divario socioculturale, che porta l'Italia ad essere fanalino di coda fra i Paesi della Ue (con il 27,8% di laureati – solo la Romania è messa peggio dell'Italia: 24,6% di laureati. Dati Eurostat 2019, Sole 24 ore) ha danneggiato anche gli studenti e la ricerca. È quindi ipotizzabile che anche nella cosiddetta ripartenza avremo un'Italia a due velocità. E grande è la preoccupazione che la difficoltà economica possa portare ad ulteriore disinteresse al mondo della formazione, sulla quale invece è fondamentale puntare.

Anche la scuola ha mostrato le proprie *défaillances*; la reazione è stata pronta solo nelle realtà più ricche e acculturate. Il problema sicuramente immediato è stato la gestione della didattica a distanza, per la quale la Scuola Italiana risultava impreparata. Nonostante la presenza nelle scuole, da anni, di “team digitali”, di animatori della didattica mediante le nuove tecnologie, la scuola italiana, i suoi docenti, non sono mai stati formati nello specifico per questo tipo di relazione didattica, che richiede non solo l'utilizzo di tecnologie telematiche, ma anche la capacità di strutturare diversamente i contenuti disciplinari e le relazioni di apprendimento/insegnamento. Si è del tutto trascurato l'approccio psicologico. Sono mancate misure per l'infanzia e l'adolescenza per consentire anche a questa fascia di cittadinanza di acquisire gli strumenti, non solo informatici, per affrontare l'emergenza. Si è avvertita l'esigenza, non soddisfatta, di un piano di educazione sanitaria per gli studenti delle scuole di ogni ordine e grado. Infine, il cd. digital divide in questo ambito si è manifestato in tutta la sua interezza, come specchio di

un'Italia caratterizzata ancora da forti diseguaglianze sociali (ancora nel 2019 il 38% delle famiglie italiane non aveva un PC; nelle famiglie con almeno un minore la quota scende al 14%; nel Sud il 41% delle famiglie non possiede un computer – fonte: Istat). Questo per non parlare del tema della dotazione delle famiglie a sistemi di connessione veloce ad Internet. Il rischio molto concreto è che la pandemia incrementi il tasso di dispersione scolastica e di abbandono degli studi nelle zone del Paese socialmente più critiche e soprattutto nel Mezzogiorno.

Grazie anche alla relativa snellezza della loro struttura le Autorità indipendenti si sono mosse rapidamente. Mai come oggi hanno dimostrato la loro utilità sociale. Il Garante della riservatezza dei dati personali ha avuto il compito di esprimere alcuni pareri rispetto alla necessità del trattamento del dato sensibile della salute e l'onere di valutare la legittimità dell'uso di applicazioni informatiche per tracciare i contagi (e i contagiati); l'Antitrust, ha operato soprattutto rispetto ai prezzi dei dispositivi sanitari necessari e alla pubblicità ingannevole; l'Agcom ha da subito posto alla propria attenzione la necessità di garantire ai cittadini più bisognosi una offerta di connettività a banda larga che tutti gli operatori telefonici hanno assicurato con pacchetti vantaggiosi. Il Premier stesso ha rilanciato il tema urgente, da anni inutilmente dibattuto a livello europeo, dell'accesso a Internet come obbligo di servizio universale. Agcom si è impegnata in un monitoraggio capillare dei contenuti televisivi per evitare il diffondersi di notizie false sui media tradizionali e, rispetto ai nuovi media e ai fenomeni di disinformazione, l'Osservatorio sulla disinformazione online – Speciale Coronavirus fa il punto della situazione. Misure ad hoc di tutela dei consumatori rispetto ai servizi postali sono state approntate. La tutela dell'editoria tradizionale è stata l'obiettivo dell'azione più recente del regolatore rispetto all'abuso

delle piattaforme digitali. Infine, il rapporto privilegiato con il territorio attraverso i Comitati regionali per le comunicazioni (i cosiddetti Corecom) ha consentito una capillare divulgazione di contenuti informativi regionali istituzionali sull'emergenza anche rispetto a temi di rilevante impatto sociale quale la tutela dei disabili, la parità di genere, la violenza sulle donne, la disinformazione a livello locale.

Educazione e informazione sanitaria

Il convitato di pietra è una strategia politica su educazione, informazione, comunicazione sanitaria (per Lombardi Vallauri, invece, si è adoperata la strategia del “dire il falso e non spiegare il vero”; strategia che deve ora cedere il passo ad una strategia che consideri i cittadini non come bambini discoli e sciocchi, ma come soggetti pensanti e responsabili se si vuole che la cd. fase 2 funzioni) laddove una corretta informazione sanitaria costituisce strumento necessario per assicurare il diritto alla salute, riconosciuto dall'art. 32 Cost. quale “diritto fondamentale dell'individuo” e “interesse della collettività” e dalla Carta europea dei diritti fondamentali dell'uomo come il diritto di ognuno di accedere alla prevenzione sanitaria e alle cure necessarie per la propria salute. L'OMS, con la Carta di Ottawa, ha espresso bene questo concetto laddove, portandosi avanti rispetto alla definizione del diritto alla salute sancito nella nostra Costituzione, ha definito la promozione della salute come il processo che consente alle persone di acquisire un maggior controllo della propria salute. Conoscenza e informazione: binomio indissolubile per garantire la tutela dei diritti. Non può d'altro canto tacersi l'impreparazione dimostrata dalla stessa OMS e in una certa misura di tutti i Paesi coinvolti, in buona parte giustificabile dall'imprevedibilità e dalla novità di

un virus estremamente aggressivo e con una capacità di diffusione priva di precedenti recenti. In Europa solo il sistema sanitario tedesco ha retto egregiamente perché dotato di una struttura territoriale capillare e di un numero estremamente elevato di posti di terapia intensiva.

Educazione sanitaria e informazione sanitaria sono due concetti autonomi l'uno dall'altro, entrambi necessari per tutelare la salute. È evidente che nei tradizionali piani di informazione ed educazione sanitaria non si è immaginato lo scenario dell'emergenza che si è purtroppo realizzato. Un piano dovrebbe avere a fondamento la conoscenza del patrimonio culturale delle collettività territoriali e come obiettivo duplice quello di una informazione sanitaria completa, necessaria (così da assicurare il diritto dell'individuo alla salute), e altresì quello della responsabilizzazione di ognuno rispetto agli altri (così da garantire la tutela dell'interesse collettivo alla salute). Chiaramente, influisce l'incertezza scientifica che fa vivere l'emergenza con maggiore allarme e difficoltà di gestione per il decisore politico (A. Barone: 29 aprile 2020).

Preannunciandosi un periodo lungo di emergenza sanitaria diventa prioritario dotarsi di un piano di educazione e informazione sanitaria, con particolare riferimento anche alle epidemie favorite dalla globalizzazione. Il ruolo di educatori dovrebbe essere ripreso proprio da coloro cui tradizionalmente esso è affidato: la famiglia, la scuola, il medico di base che sono stati finora soggetti passivi dell'informazione. È tempo di coinvolgerli. La famiglia è il primo veicolo informativo rispetto ai più giovani: trasmettere ad essa gli strumenti cognitivi per affrontare il fenomeno educando e informando in maniera corretta i figli. Nella scuola: è mancata l'istruzione sanitaria e la formazione dei docenti sulla gestione dell'emergenza sanitaria. Il medico di base: più del 70% degli italiani ancora considera il medico di base come la sua prima fonte di

informazione in materia. E per l'87% di essi con il medico di base vi è un rapporto di fiducia (rapporto Censis 2018). Questo significa che la prossimità batte le piattaforme digitali in materia di salute e di cura della persona; e che per poter ottenere dai cittadini comportamenti corretti anche per una prevenzione efficace occorre che l'educazione e l'informazione sanitaria siano impartite da persone con le quali si sia instaurato un rapporto di fiducia e di relazione umana. È emersa infine l'importanza di dotarsi di un sistema sanitario articolato sul territorio e che non si concentri nelle grandi strutture ospedaliere.

La comunicazione dei mass media in tempi di emergenza sanitaria

Anche la comunicazione deve adattare ai tempi i propri stili e obiettivi: tener conto dell'obiettivo prioritario; degli effetti che differenti modalità e mezzi di comunicazione hanno sui fruitori delle notizie. Per fare una "buona" informazione, socialmente utile, orientata all'interesse pubblico occorre tener conto della percezione delle malattie da parte del pubblico (percezione sulla quale influiscono ricordi di precedenti morbi), della sensazione di precarietà e imprevedibilità (perdita di controllo), della paura del contagio da parte di fonti sconosciute e non conoscibili, del timore della diffusività del morbo, della paura di soffrire nel corpo, nella mente e nella sfera delle emozioni.

Distinguendo comunicazione istituzionale (legge 150/2000; art. 41 TUSMAR) e giornalistica, quanto alla prima si registra l'ampio uso della conferenza stampa da parte delle Istituzioni pubbliche. Molto usato il canale *social*, che ha consentito (accanto all'enfatizzazione della figura dei Premier) un più facile e immediato accesso alle informazioni. Poi purtroppo con il passare del tempo le voci in campo e con esse le dissonanze informative si

sono moltiplicate in maniera direttamente proporzionale all'aumentare della consapevolezza dell'incertezza scientifica sul tipo di virus, sui meccanismi di contagio, su quelli di prevenzione, sulle cure. E il pubblico ha avuto la sensazione di una navigazione a vista.

Chiaramente la pluralità delle piattaforme informative ha fatto la sua parte. Ciò vale sia per la cosiddetta comunicazione istituzionale sia per la comunicazione tradizionalmente affidata a giornalisti professionisti e oggi invece prerogativa di chiunque voglia diffondere contenuti, in ragione del verificarsi di quel processo irreversibile di cambiamento dei modelli di comunicazione che ha reso il cittadino "*practitioner*" egli stesso, capace di diffondere una notizia in un'ampia parte del Globo in pochi minuti e con pochi click. In questo scenario i mezzi repressivi servono a poco; piuttosto va insegnato che è indispensabile controllare la fonte dell'informazione; imparare a leggere le notizie con senso critico; usare sistemi di ricerca per verificarne l'attendibilità; fare attenzione alla grafica, ai titoli, all'autore, al sito; verificare prima di condividere.

Le notizie false ci sono sempre state e i danni da esse perpetrati non sono mai del tutto riparabili con la rettifica o l'oscuramento. Si deve intervenire per governare anche il settore cruciale dell'informazione e della comunicazione per una corretta gestione dell'emergenza. Tra le tante *task force* forse non guasterebbe una dedicata ai temi dell'educazione, informazione e comunicazione sanitaria. E sicuramente si fa urgente una riforma di sistema dell'editoria per incentivare l'informazione di qualità e nel contempo responsabilizzare le nuove piattaforme digitali. Servirebbe, nell'immediato, a garantire la certezza dei diritti fondamentali della persona messi a dura prova da questa drammatica pandemia.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

E. Lombardi Vallauri, *Le bugie come metodo a fin di bene al tempo della pandemia*, in *Micromega*, 30.4.2020

A. Barone, *Brevi riflessioni su valutazione scientifica del rischio e collaborazione pubblico-privato*, in *federalismi.it*, 29 aprile 2020).

Rapporto Censis 2018

STEFANIA GARASSINI

Il vero volto di Internet: un nuovo equilibrio tra virtuale e reale

Allargare lo sguardo

Ci voleva la pandemia per far riscoprire qual è, da sempre, la vera vocazione di Internet. La “rete di reti” il cui nucleo essenziale fu messo in funzione per la prima volta alla fine degli anni '60, nasce con l'intento di far comunicare fra loro computer incompatibili gli uni con gli altri e pensati per lavorare in autonomia. Ben presto diventa chiaro però che le caratteristiche di questa rete assolutamente innovativa avrebbero favorito in modo inaspettato non soltanto la connessione fra macchine, ma anche la condivisione d'idee, iniziative, interessi comuni fra persone lontane, con opinioni diverse, spesso in radicale opposizione fra loro.

Negli ultimi anni tutto questo non è risultato più così evidente. Con la trasformazione della Rete in un medium di massa e il prevalere di logiche di mercato al suo interno, quella profezia originaria sembra essersi molto ridimensionata, per lasciare il posto al progressivo polarizzarsi degli utenti su posizioni estreme, alla deriva delle *fake news*, all'affermarsi di pulsioni narcisistiche e di tutto quanto ben conosciamo del Web che usiamo ogni giorno.

Ma durante la quarantena, con gli schermi connessi che costituiscono per molti l'unico modo per lavorare, imparare, socializzare, è come se Internet fosse tornata

alle sue origini mostrandoci – di nuovo – il suo volto migliore, nativo. Guardiamolo bene e cerchiamo di ricordarlo quando saremo tornati – chissà come e chissà per quali passaggi – a una vita in cui incontrarsi faccia a faccia sarà di nuovo normale. Ricordiamolo, perché la grande lezione di questa pandemia è proprio averci costretto ad allargare lo sguardo per cogliere le enormi opportunità che la comunicazione online ci offre.

Più di mille corsi accelerati sulla consapevolezza nell'uso dei media, le interminabili settimane del confinamento domestico ci hanno fatto riscoprire i veri motivi per cui Internet e il Web sono nati e capire quanto è importante preservarli come beni comuni preziosi. Un bambino o un adolescente collegati in videoconferenza con il nonno o con una persona cara che non possono andare a trovare colgono immediatamente, senza bisogno di spiegazioni, il ruolo insostituibile giocato dalla tecnologia nel farci sentire vicino chi è lontano, nel creare uno spazio virtuale dove sia possibile incontrare gli altri e avvertire meno il peso della solitudine. Un liceale che tocchi con mano la disponibilità dei suoi professori a colmare la distanza reale mediante iniziative virtuali che lo coinvolgono e lo stimolino a partecipare alla vita di classe si trova a dover imparare un modo diverso, più maturo, per usare il proprio smartphone, sinora vissuto quasi esclusivamente come un docile ed efficiente oggetto per l'intrattenimento e la condivisione disimpegnata. Qualcosa di simile accade anche ai genitori, chiamati a rivalutare il ruolo di quegli stessi dispositivi digitali, al di là della sterile contrapposizione tra chi li considera una perdita di tempo da limitare al minimo, e chi invece li ritiene strumenti imprescindibili a ogni età senza particolari cautele o regole. Piuttosto se c'è qualcosa che ormai dovremmo aver capito è che il tempo passato davanti allo schermo non è tutto uguale. Due mesi d'intensa convivenza coatta in casa tra figli e

genitori hanno favorito una spontanea condivisione delle attività online. Basti pensare alla didattica a distanza con la possibilità assolutamente inedita per un genitore di partecipare – affiancandolo se molto piccolo o per brevi periodi se già più grande – alle lezioni del proprio figlio e in generale alle varie proposte della scuola.

Genitori e figli insieme per imparare

Il Web può essere un alleato fondamentale per la didattica, e questo non si traduce tanto nell'uso dei dispositivi digitali a scuola quanto in un modo diverso d'intendere il processo stesso di apprendimento, per includere tutte quelle pratiche informali di ricerca e condivisione delle informazioni sulla base degli interessi specifici di un ragazzo. L'antropologa dei media Mizuko Ito lo chiama "*connected learning*" ("apprendimento connesso"), e sostiene da tempo che dovrebbe entrare a far parte in qualche modo dei curricula scolastici tradizionali: "È la situazione che si viene a creare quando un ragazzo è incoraggiato a seguire un suo reale interesse, con il sostegno dei propri insegnanti, ma anche dei compagni e di altri adulti di riferimento. A partire da questo coinvolgimento iniziale, che può essere innescato da un argomento non direttamente tratto dal programma scolastico, viene a costruirsi un percorso personale di conoscenza, che in qualche caso si potrà trasformare in una vera e propria opportunità di carriera", spiegava Ito in un'intervista al quotidiano *Avvenire* del marzo 2019.

Con tutta probabilità durante la quarantena abbiamo visto all'opera forme di "apprendimento connesso": forse in qualche caso le parti si sono invertite e sono stati gli insegnanti stessi a chiedere una mano ai propri allievi. Non è una piccola anomalia da dimenticare, può essere un atteggiamento molto prezioso per il futuro. Nella visione

dell'apprendimento connesso, gl'insegnanti – ma un ruolo simile spetta anche ai genitori – diventano “sponsor” dei ragazzi, il loro compito è anche quello di incoraggiarli, suggerendo percorsi e risorse. Senza trascurare nulla. Persino i videogiochi, nemico numero uno della concentrazione, se usati bene possono diventare preziosi strumenti per l'apprendimento: qui gli esempi sono molteplici, possiamo citare, fra le altre, l'iniziativa di Microsoft, presa proprio in occasione della pandemia, di rendere disponibili contenuti educativi realizzati grazie a Minecraft, notissimo videogame che funziona come una sorta di Lego virtuale. E durante l'emergenza Coronavirus l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha indicato proprio nei videogiochi un aiuto – quasi una sorta di “terapia” – per trascorrere utilmente le giornate di quarantena. Per rispondere a questo appello alcune delle principali aziende del settore hanno lanciato una campagna (con l'hashtag #PlayApartTogether) impegnandosi a inserire nei propri prodotti informazioni sui comportamenti corretti da tenere per proteggersi dal virus oltre a risorse e corsi per approfondire le tecniche di creazione degli stessi videogiochi. Conoscere le dinamiche alla base dei propri prodotti preferiti può essere il modo per acquisire un atteggiamento più attivo verso i videogiochi, e magari imparare a sceglierli con maggiore senso critico.

Del resto una delle competenze fondamentali per vivere bene in Rete è proprio usare il Web seguendo i propri interessi all'interno dello sterminato archivio di contenuti che ci offre, anziché lasciarsi trascinare da ciò che le bacheche dei vari social ci propongono con lo scopo prevalente di mantenere agganciata la nostra attenzione.

L'obiettivo è arrivare a sviluppare un'intelligenza “a misura di rete”, come scriveva lo studioso e giornalista Howard Rheingold in un testo per certi versi profetico, *NetSmart* (Rheingold: 2013). Che significa? È un percor-

so, che parte dalla capacità di controllare la propria attenzione, passa dall'abilità di distinguere il vero dal falso sul Web, e arriva fino allo sviluppo delle competenze per partecipare e collaborare in modo costruttivo alla vita online. Non si tratta tanto di conoscere approfonditamente le tecnologie, quanto di valorizzare gli aspetti positivi della Rete come luogo insostituibile per la condivisione di conoscenze, l'inclusione di chi è diverso o lontano, la connessione in grado di mantenere e rafforzare le relazioni. Le settimane di *lockdown* hanno reso possibile una sorta di esperimento di massa per verificare che è possibile usare Internet in modo più attivo e costruttivo.

Troppo tempo connessi?

Non è affatto detto che perché questa intuizione sul campo diventi abitudine consolidata sia necessario restare perennemente connessi. Certo, il tempo passato davanti agli schermi nel periodo della quarantena è ovviamente aumentato a dismisura. Negli Stati Uniti – dov'era già particolarmente acceso il dibattito sullo “screen time”, il tempo giusto da dedicare allo schermo da parte di bambini e ragazzi – qualcuno si è spinto a decretare che ormai “lo schermo ha vinto”, come ha scritto la giornalista tecnologica Nellie Bowles sul New York Times, e non avrebbe quindi più senso farsi troppi problemi o voler mantenere a tutti i costi quelle regole che avevamo faticosamente negoziato prima dello tsunami della pandemia per l'uso della tecnologia in famiglia. Smartphone, iPad, console, Pc e quant'altro sono strumenti essenziali non soltanto per le attività didattiche ma anche per intrattenere i figli mentre i genitori lavorano da casa.

Sarebbe proprio questo però il momento giusto per puntare a un nuovo equilibrio fra reale e virtuale, che non consideri sorpassati i limiti ma ci metta nelle condizioni

di intenderli con realismo e flessibilità maggiori. Consigli preziosi a tal proposito arrivano dagli studiosi del *Center for Humane Technology*, da alcuni anni attivo nella prevenzione delle dipendenze tecnologiche e in generale al servizio di un uso meno alienante dei dispositivi digitali. Un suggerimento svetta su tutti: specialmente quando la connessione ventiquattro ore al giorno diventa praticamente la norma, fai in modo che la tecnologia sia sempre un mezzo e non un fine. Come? Semplice: ogni volta che prendi il tuo smartphone, chiediti “perché” lo stai facendo. È un piccolo stratagemma per mantenere il controllo. E vale di certo ben oltre le situazioni di emergenza sociale e individuale.

Anche quando l’uso si fa massiccio, indotto da particolari circostanze esterne, restano indispensabili spazi in cui si riafferma la libertà personale tramite momenti di pausa dalla tecnologia. Del resto – ed è questa un’altra importante lezione della quarantena – abbiamo capito molto bene il valore di questi strumenti ma ne abbiamo colto con forza senza precedenti anche i palesi limiti. Incontrarsi in videoconferenza ci fa sentire vicini ma resta un’esperienza alquanto faticosa (gli esperti di apprendimento parlano di “Zoom fatigue”, affaticamento da Zoom, dal nome di uno dei servizi più usati per le videochiamate). Ciò accade, tra l’altro, perché abbiamo difficoltà sensibilmente maggiori a sintonizzarci davvero con l’altro, a interpretare tutti quei segnali non verbali che nella comunicazione vis-a-vis ci rendono possibile intuire lo stato d’animo del nostro interlocutore. In generale, abbiamo imparato assai più chiaramente di prima a percepire la differenza rispetto a un incontro reale. Essere “Netsmart”, dunque, significa anche capire quando è il caso di staccare e tornare a immergerci pienamente nella realtà che ci circonda. Che non è l’ennesima finestra di un’app di cui possiamo liberarci con un tocco sullo schermo.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

H. Rheingold, *Net smart. How to thrive online*, tr.it *Perché la rete ci rende intelligenti*, Raffaello Cortina, Milano 2013

S. Garassini, *Smartphone, videogame e scuola: le risorse che non ti aspetti*, *Avvenire*, 19 marzo 2019

N. Bowles, *Coronavirus ended the Screen-Time debate. The Screen won*, *New York Times*, 31 marzo 2020

GLI AUTORI

Salomé Berrocal-Gonzalo è Professore ordinario di Giornalismo presso l'Università de Valladolid (Spagna). Le sue linee di ricerca si centrano sulla comunicazione politica, l'opinione pubblica e gli effetti dei media. È la direttrice del gruppo di ricerca Recognized New Trends in Communication Research (NUTECO) dell'Università di Valladolid.
Email: salomeb@hmca.uva.es

Luca G. Castellin è Professore associato di Storia del pensiero politico presso la Facoltà di Scienze politiche e sociali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, dove insegna Comunicazione e politica e History of Political Thought.
Email: luca.castellin@unicatt.it

Paolo Carelli insegna International Media Systems e Teoria e tecnica dei media presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Svolge attività di ricerca presso il CeRTA (Centro di Ricerca sulla Televisione e Audiovisivi) ed è coordinatore didattico del Master "Fare TV. Gestione, Sviluppo, Comunicazione".
Email: paolo.carelli@unicatt.it

Chiara Ciccia Romito, avvocato, Fellow Research dell'Information Society Law Center – ISLC presso Università degli Studi di Milano
Email: avv.chiaraciciaromito@gmail.com

Marco Delmastro, economista, Direttore del Servizio economico-statistico dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

Email: marcodelmastro@yahoo.it

Stefania Garassini, giornalista, docente di editoria multimediale, *content management* e *digital journalism* presso l'Università Cattolica di Milano, Presidente di AIART Milano.

Email: garassini@yahoo.com

Ana González-Neira è docente presso l'Università de La Coruña (Spagna) dove insegna Historia de la radiotelevisión e Estudios de la audiencia. La sua ricerca verte sulla storia del giornalismo, sul rapporto tra giornalismo e dispositivi mobili e le nuove audience della TV.

Email: ana.gneira@udc.es

Federica Missaglia è Professore ordinario di Linguistica Tedesca presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Si occupa di comunicazione orale e *public speaking*, di multilinguismo e acquisizione linguistica.

Email: federica.missaglia@unicatt.it

Ivana Nasti, avvocato, Direttore del Servizio ispettivo, Registro e Corecom - Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

Email: i.nasti@agcom.it

Damiano Palano è Professore ordinario di Filosofia politica e Direttore del Dipartimento di Scienze politiche dell'Università Cattolica de Sacro Cuore. Dirige il Master in International Relations dell'Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali di Milano (Aseri).

Email: damiano.palano@unicatt.it

Massimiliano Panarari è sociologo della comunicazione, saggista e consulente di comunicazione politica e pubblica. Insegna all'Università Luiss Guido Carli di Roma e alla Luiss School of Government, ed è editorialista dei giornali del Gruppo Gedi.

Email: m.panarari@gmail.com

Enrico Reggiani è Professore ordinario di Letteratura Inglese presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. È talmente convinto dell'utilità degli studi letterari che, da sempre, ne applica le risorse scientifiche ai rapporti della letteratura con altri ambiti ad essa organicamente correlati: musica, economia, politica.

Email: enrico.reggiani@unicatt.it

Ruben Razzante, Docente di Diritto dell'informazione all'Università Cattolica di Milano, fondatore di www.dirittodellinformazione.it e componente dell'Unità di monitoraggio per il contrasto della diffusione di fake news relative al Covid-19 sul web e sui social network, istituita dal Governo.

Email: ruben.razzante@unicatt.it

Marianna Sala, avvocato, Presidente del Comitato Regionale per le Comunicazioni (CORECOM) della Regione Lombardia.

Email: avv.mariannasala@gmail.com

Alessandra Salluce, assegnista di ricerca dell'Università degli Studi di Milano per la materia di informatica giuridica, Fellow Research dell'Information Society Law Center.

Massimo Scaglioni è Professore ordinario di Storia ed economia dei media all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. È responsabile del Ce.R.T.A. (Centro di

Ricerca sulla Televisione e gli Audiovisivi dell'Università Cattolica) e direttore del Master "Fare TV. Gestione Sviluppo Comunicazione".

Email: massimo.scaglioni@unicatt.it

Anna Sfardini è ricercatore presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, dove insegna Comunicazione interculturale e Teoria e Tecnica delle comunicazioni di massa. È responsabile di ricerca presso il centro Ce.R.T.A.

Email: anna.sfardini@unicatt.it

Gabriele Suffia, assegnista di ricerca dell'Università degli studi di Milano per la materia di informatica giuridica, Fellow Research dell'Information Society Law Center – ISLC

Email: gabriele.suffia@unimi.it

Maria Luisa Villa, Professore ordinario di Immunologia all'Università degli Studi di Milano, è accademica corrispondente della Crusca e vincitrice del Premio Nazionale di Divulgazione Scientifica 2016 con il volume *La scienza sa di non sapere: per questo funziona* (Guerini, Milano).

Email: marialuisa.villa@unimi.it

Nicoletta Vittadini è Professore associato di Sociologia della Comunicazione e Web e Social Media presso l'Università Cattolica di Milano. Si occupa di comunicazione digitale dagli anni Novanta e dal 2011 dirige il Master in Digital Communications Specialist presso ALMED (Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo).

Email: nicoletta.vittadini@unicatt.it

Maria Teresa Zanola è Professore ordinario di Lingua e cultura francese presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore, dove coordina il Servizio Linguistico di Ateneo; è

presidente del Conseil Européen pour les Langues/European Language Council e della Rete di terminologia delle lingue romanze Realiter.

Email: mariateresa.zanola@unicatt.it

Giovanni Ziccardi, Professore di Informatica Giuridica presso l'Università degli Studi di Milano; docente di criminalità informatica al Master in diritto delle nuove tecnologie dell'Università di Bologna; coordinatore del Centro di Ricerca in "Information Society Law" (ISLC).

Email: giovanni.ziccardi@unimi.it