

"#ZONA ROSSA" DI LELIO ALFONSO E GIANLUCA COMIN SULLA GESTIONE DELL'EMERGENZA

Infodemia dalla diagnosi alla cura Se la comunicazione è malata

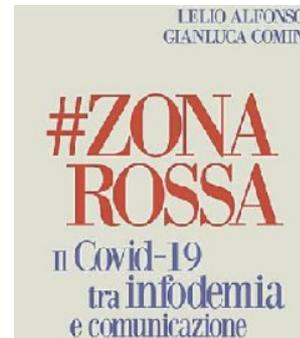
Elena Nieddu

Provoca ansia, confusione, travolge i punti di riferimento senza fornirne di nuovi o, peggio, propone quelli sbagliati. L'infodemia, parola coniata nel 2003 da un comunicatore, David Rothkopf, durante la crisi della Sars, non può essere considerata una malattia. Piuttosto, è una terapia fondamentale, ovvero la conoscenza, usata malamente, con una gestione errata e il rischio di "esiti infastiti". È la tesi di "#Zonarossa. Il Covid-19 tra infodemia e comunicazione" (Guerrini e associati, 240 pagine, 19 euro o 13,99 euro in formato digitale) di Lelio Alfonso - Managing partner di Comin & Partners e Senior Advisor di Esselunga, già giornalista al Corriere Mercantile e vicedirettore della Gazzetta di Parma - e Gianluca Comin, giornalista, manager d'azienda, imprenditore e docente di Strategia di comunicazione e tecniche pubblicitarie alla Luiss Business School, con premessa di Walter Ricciardi. Il periodo scelto per un'analisi meticolosa della comunicazione è quello dall'11 marzo al 4 maggio, date simbolo delle cosiddette fasi 1 e 2 che hanno scandito il periodo della quarantena. L'11 marzo, in particolare, è il giorno in cui Tedros Ghebreyesus, direttore generale dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, ha pronunciato un discorso pesante. "Pandemia non è una parola da usare con leggerezza o disattenzione", ha detto Ghebreyesus "È una parola che, se usata in modo improprio, può causare paura irragionevole o

sofferenze e morti impropri". Secondo gli autori, i termini chiave del discorso, cioè "parola, improprio, paura, inutili" riassumono gli "elementi che, riferiti alle dinamiche comunicative, hanno rappresentato il tappeto connettivo dell'informazione e della conoscenza attorno al virus".

Gli autori dividono il libro in tre parti. Diagnosi, cioè il polso del paziente, tra gaffes, "anoressia politica e bulimia mediatica", cifre e bollettini. Prognosi, cioè la previsione di guarigione dall'infodemia, per individuare quali meccanismi si siano inceppati e come sia possibile aggiustarli. Terapia, anche in prospettiva storica, con i cento anni che hanno separato la Spagnola da questa ultima emergenza, e gli scenari per evitare, in un futuro, di dissipare le nostre energie rincorrendo sirene non del tutto in buona fede. «Il nostro Paese, diversamente e più di altri, è stato colpito da questa infodemia che ha confuso l'opinione pubblica» dice Alfonso. «Abbiamo assistito al più massiccio e coordinato piano di comunicazione sociale mai sperimentato dal dopoguerra, non solo in Italia» dice Comin «piano che ha utilizzato le piattaforme broadcasting tradizionali, i media di tutti i tipi, i social network, e che ha coinvolto le istituzioni, ma anche testimonial riconosciuti dalle persone come opinion leader e influencer». Un lavoro corale non sempre intonato. Ma è proprio da lì, dalle armonie imperfette, che si può costruire qualcosa. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La copertina del volume

