

Il saggio di Comin e Alfonso

«Zona rossa», la tempesta perfetta sulla comunicazione

Effetti dell'infodemia

Dallo scontro sui tamponi alle fake news una puntuale analisi di ciò che ci è successo

Un'«infodemia», insidiosa quanto il Coronavirus, capace di destabilizzare il Paese e arrecare danni permanenti. Con questo termine il libro *#Zonarossa. Il Covid-19 tra infodemia e comunicazione*, di Lelio Alfonso e Gianluca Comin per le edizioni Guerini e Associati (240 pagine, 19 euro, ebook 13,99 euro) analizza la tempesta perfetta che ha messo a dura prova la comunicazione istituzionale e di impresa durante la crisi Covid-19.

A scriverlo due esperti di comunicazione come [Gianluca Comin](#) e Lelio Alfonso, rispettivamente fondatore e managing partner della società di comunicazione strategica [Comin & Partners](#), mentre la prefazione è stata affidata al professor Walter Ricciardi, già presidente dell'Istituto superiore di sanità e consulente del governo nella gestione della crisi. Un libro che è un «case study» perfetto di un fenomeno allo stesso tempo locale e globale, che mostra bene come la quantità e la qualità delle informazioni siano fattori essenziali per la gestione del presente e per l'impostazione del futuro.

«Alla luce degli errori e delle omissioni, ma anche delle scelte e delle intuizioni dettate dalle necessità quotidiane, questa esperienza deve diventare l'occasione per evitare il ripetersi di cortocircuiti istituzionali e mediatici, dannosi

tanto al cittadino quanto alla reputazione dei media e delle Istituzioni», scrivono Comin e Alfonso. «L'analisi dell'infodemia, come una qualsiasi patologia, esige una diagnosi, una prognosi e una terapia, ipotizzando tempi di decorso, rimedi e strategie di ripresa».

Per provare a dare alcune prime risposte i due autori hanno analizzato quanto accaduto dal 31 gennaio al 4 maggio, date simbolo delle cosiddette Fase 1 e Fase 2, ovvero dal primo allarme ufficiale al giorno della (parziale) riapertura di un'Italia provata e smarrita. Ne emerge un'analisi fattuale: «Giuseppe Conte è apparso in comunicazioni o conferenze stampa ufficiali "a reti unificate" — "reti" davvero, perché tanto conta anche l'online — diciotto volte dal 30 gennaio al 4 maggio». La sobrietà del presidente Mattarella, le tensioni con le Regioni e lo scontro sui tamponi, il rapporto con il mondo della scienza, la severa limitazione delle libertà individuali, il peso delle *fake news*: tutto rientra nell'ampia disamina di Comin e Alfonso.

Rispetto alla crisi Sars sono stati molti gli elementi nuovi: «I giovani fanno affidamento uniformemente sui social media (54%) e sui media mainstream (56%), mentre gli over-55 giudicano i media mainstream tre volte più affidabili dei social». L'analisi puntuale dei due autori chiude individuando un percorso di messa in sicurezza del sistema-Paese, qualora la crisi debba ripresentarsi.

Ferruccio Pinotti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il libro



● **#zonarossa.**
Il Covid-19 tra infodemia e comunicazione di [Gianluca Comin](#) e Lelio Alfonso per Guerini e associati (240 pp., 19 euro)

