

Infodemia, disinformazione e Covid-19

il ruolo della comunicazione pubblica



Infodemia

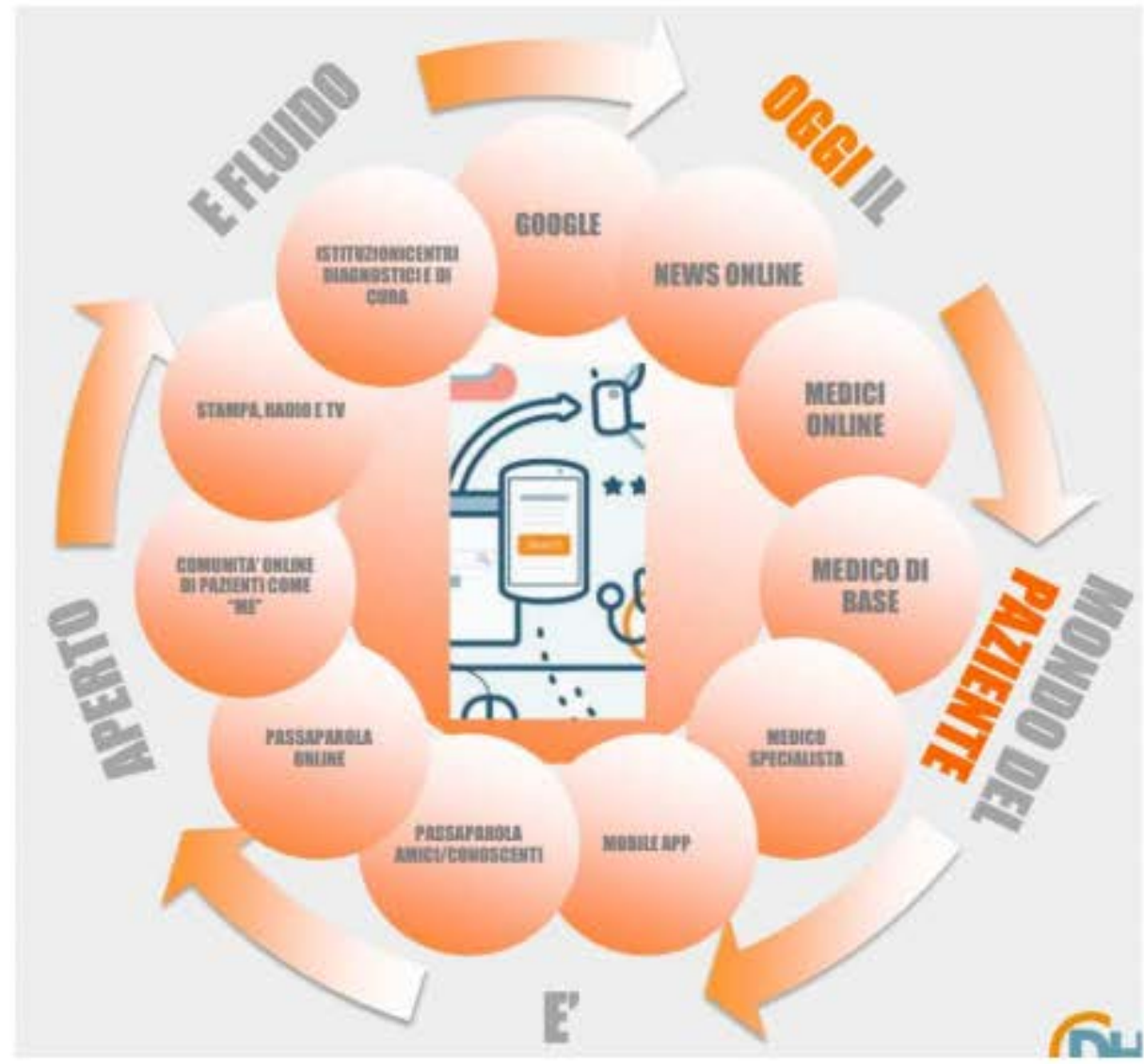
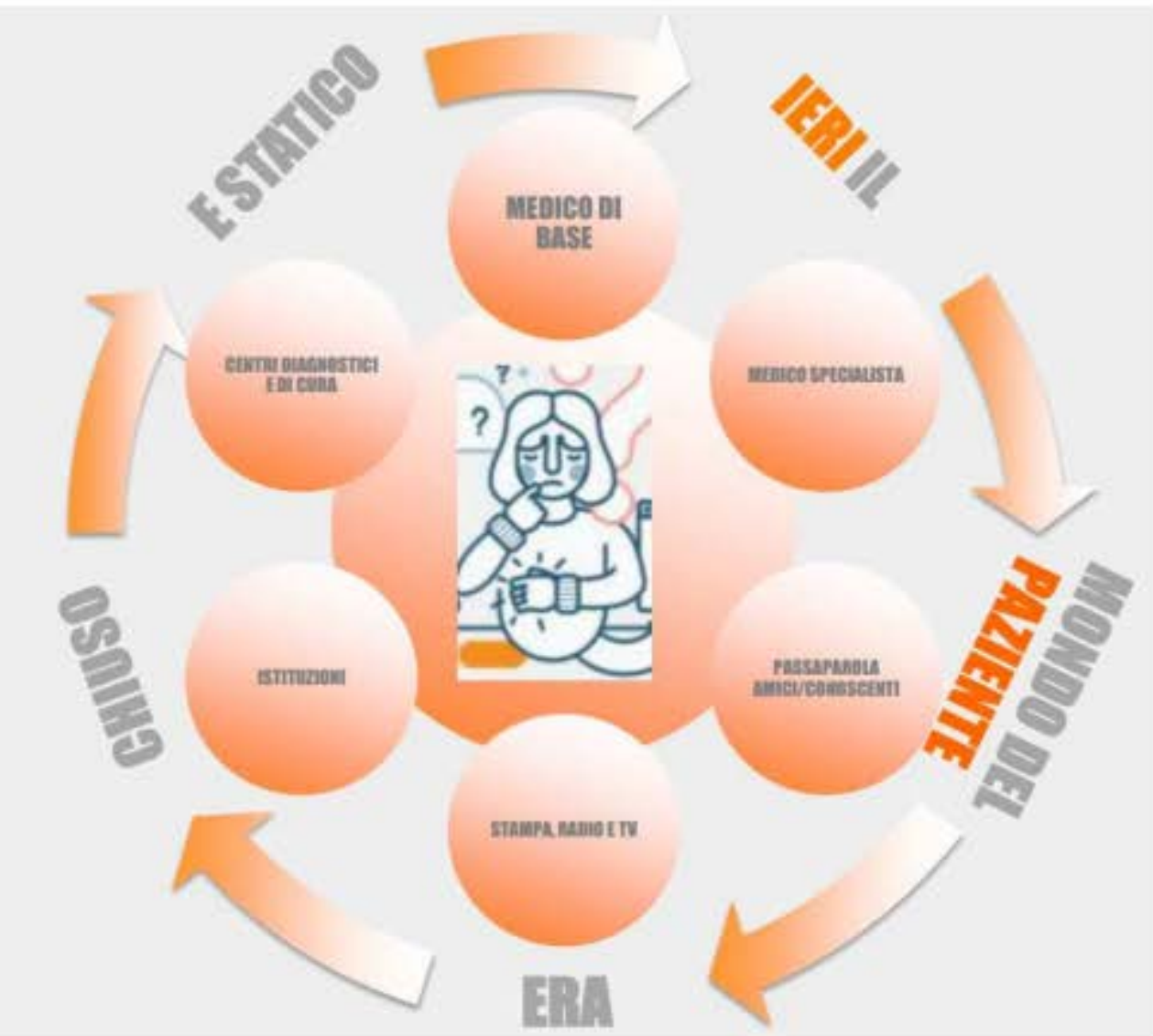
Il Direttore Generale dell'OMS ha dichiarato che rispetto al Coronavirus “**Non stiamo combattendo solo un'epidemia, stiamo combattendo anche un'infodemia**”. Questa situazione di sovraffollamento informativo, oltre che disorientarci, rende la ricerca e l'individuazione di fonti informative accreditate e corrette molto più difficile, con il rischio di esporci alla disinformazione e alle cosiddette fake news.

DIZIONARIO DELL'EPIDEMIA

INFODEMIA

dall'ingl. *infodemic*, s. *info*(rmation) ('informazione') ed (epi)*demic* ('epidemia')

Circolazione **eccessiva di informazioni contraddittorie**, spesso non vagliate con precisione, **non verificate**, che rendono **difficile orientarsi** su un determinato tema per la **difficoltà di individuare fonti non solo affidabili**, ma anche certe.

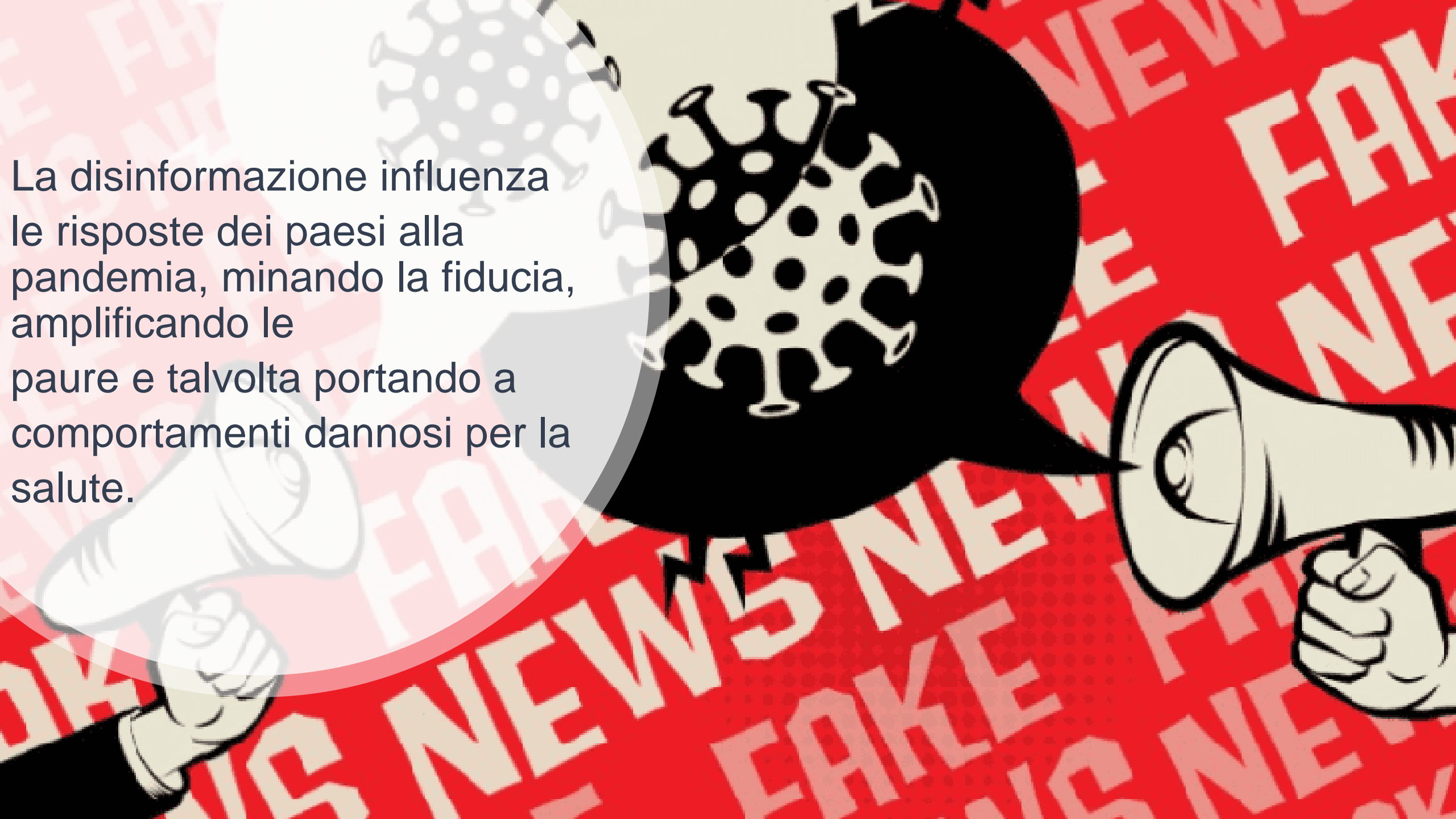




La salute è IL TEMA di quasi tutta la comunicazione pubblica da anno a questa parte



La disinformazione influenza le risposte dei paesi alla pandemia, minando la fiducia, amplificando le paure e talvolta portando a comportamenti dannosi per la salute.



Le tipologie di disinformazione che circolano attorno al virus sono molto complesse. Sono pochi i contenuti completamente inventati. I fatti sono spesso manipolati e alcune teorie o supposizioni vengono fatte passare come evidenze scientifiche, sfruttando le incertezze esistenti.

Figure 2: Reconfigured vs fabricated misinformation

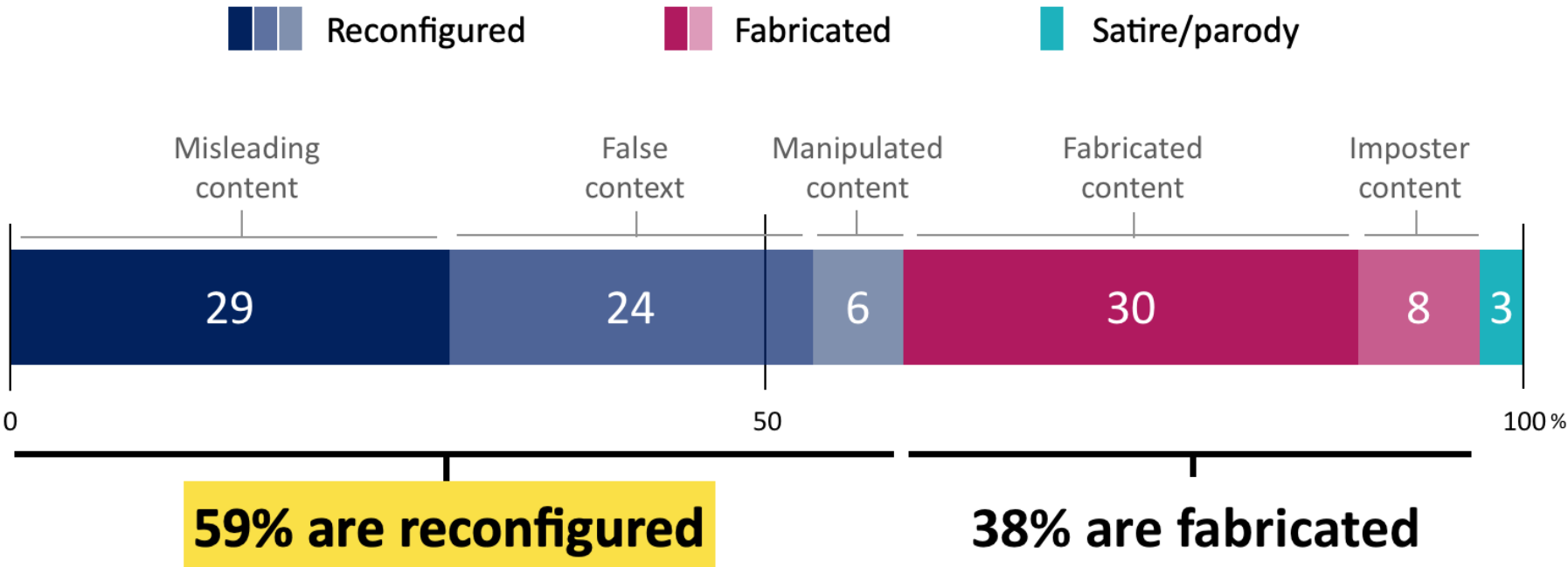


Figure 2 shows the proportion of reconfigured (N=133) and fabricated (N=86) misinformation in the sample (N=225) and the types of misinformation that constitute both reconfigured and fabricated misinformation.



[Brennen J.S. et al., *Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation*, Reuters Institute, 2020]



Disinformazione?

Sebbene "disinformazione" sia il termine più comune per riferirsi a contenuti falsi, dannosi e fuorvianti veicolati dai media e dall'ecosistema dell'informazione, il dibattito su questo tema ruota attorno a **tre concetti principali**, utili per cogliere le sfumature che ne stanno alla base:

- Misinformazione
- Disinformazione
- Malinformazione



Misinformazione

Consiste nella circolazione di informazioni false senza che ci sia intenzione di creare un danno.

Malinformazione

Consiste nella circolazione di informazioni vere (basate su fatti) ma strumentalizzate ad hoc al fine di recare danno a persone, istituzioni o intere comunità.

Disinformazione

Consiste nella diffusione consapevole di informazioni false con l'intento di creare un danno.





Rumors: notizie che circolano insistentemente, in maniera più o meno confusa, senza però ricevere conferme o verifiche ufficiali.

Stigma: processo costruito socialmente attraverso il quale una persona o un gruppo di persone sperimentano la discriminazione e la svalutazione personale all'interno della società.

Teorie del complotto: consistono in narrazioni derivanti dalla convinzione che un individuo o un gruppo di persone agiscono in segreto per raggiungere obiettivi malevoli.

I Social media sono il veicolo dell'88% della disinformazione circolante

I social media sono canali che contribuiscono in modo esponenziale alla trasmissione di questo virus informativo: le informazioni scientificamente corrette, i dati epidemiologici e le voci degli esperti si mischiano alle teorie del complotto, alle cure miracolose contro il coronavirus, agli effetti collaterali dei vaccini, alle ipotesi di andamento dell'epidemia formulate dai nuovi virologi del web.

Da 60.000 a 705.000
in 4 mesi



I fattori che portano a credere alle false informazioni sono numerosi...

Bias di conferma: Consiste nel prendere in considerazione esclusivamente i dati e i fatti che confermano e sostengono le opinioni, le ipotesi e i desideri che si hanno, e nell'ostinarsi a trascurare ogni evidenza contrastante.



Illusione della frequenza pregiudizio cognitivo secondo cui, dopo aver notato qualcosa per la prima volta, si tende a notarla più spesso, portando a credere che ciò abbia un'elevata frequenza.

Riprova sociale quanto maggiore è il numero di persone che trova giusta una qualunque idea, tanto più giusta è quell'idea.

Uno dei più importanti è rappresentato senza dubbio da **un basso livello di health literacy della popolazione.**

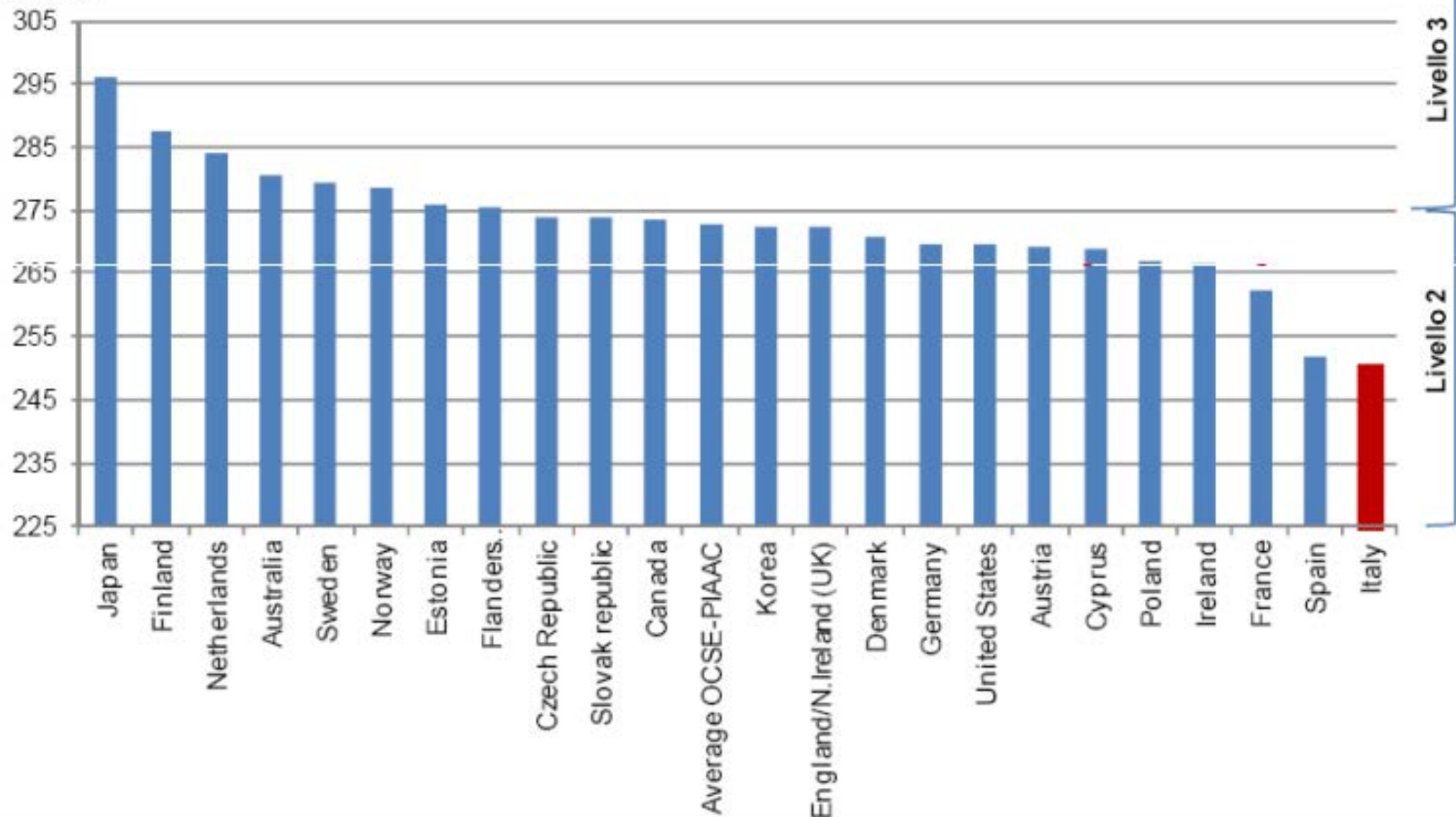
“Il rapido sviluppo del Covid-19 in una pandemia ha costretto le persone ad **acquisire e applicare informazioni sulla salute e ad adattare il loro comportamento a un ritmo rapido.** La comunicazione sulla salute volta a educare le persone sulla Covid-19 e su come evitare di contrarre o diffondere l’infezione è diventata ampiamente disponibile. Le informazioni più valide sono quelle che rendono di facile comprensione le soluzioni semplici e pratiche, come lavarsi le mani, mantenere la distanza fisica e dove trovare informazioni sulle ultime raccomandazioni e consigli. Sfortunatamente, ci sono anche **informazioni troppo complesse, contraddittorie e false.** Allo stesso modo, si ritiene che gli individui siano in grado di acquisire, comprendere e utilizzare queste informazioni in modo sano ed etico, vale a dire essere “health literate”, alfabetizzati in salute.”

Come è stato evidenziato da un articolo pubblicato su The Lancet, **la Fase 1 dell'epidemia non ha reso possibile riservare uno spazio di tempo e di risorse per lavorare allo sviluppo delle competenze necessarie di health literacy** utili a fronteggiare la situazione, sia da parte delle Istituzioni e degli operatori della salute (rispetto alle modalità di comunicare e interagire con i cittadini), che dalla popolazione stessa per facilitarla nell' accedere a fonti credibili e accurate evitando di diffondere notizie false e approssimative, accettando un clima di incertezza comunicativa generale. L'improvvisa venuta del virus e la velocità con cui si è diffuso hanno infatti **obbligato la comunicazione ad essere tempestiva e quindi scarsamente progettata e validata**, nel chiedere alle persone di assumere rapidi cambiamenti di comportamento e modifiche significative nella gestione della propria quotidianità.

I risultati delle indagini svolte a livello nazionale e europeo non sono purtroppo incoraggianti: **in Europa la metà della popolazione adulta ha competenze di health literacy scarse o addirittura critiche**, manca, quindi, delle abilità necessarie per informarsi in modo adeguato e gestire la propria salute in maniera attiva e consapevole, soprattutto i gruppi più vulnerabili e più a rischio di scarsa health literacy quali gli anziani, le minoranze etniche, i soggetti in condizioni socio culturali svantaggiate.



Punteggio
literacy



Fonte: elaborazione ISFOL su dati OCSE-PIAAC

Quale comunicazione pubblica?

La comunicazione che le istituzioni pubbliche indirizzano ai cittadini. Si tratta di una comunicazione che **riguarda gli interessi generali della comunità e che esula dall'area del profitto o degli interessi esclusivamente privati**. Rappresenta "quella proprietà delle istituzioni di essere accessibili, aperte al pubblico e disponibili a fornire informazioni di interesse generale"(Mancini, 1996), e coinvolge sia la disponibilità delle istituzioni alle domande, ai controlli, alle verifiche provenienti dall'esterno, sia l'iniziativa delle istituzioni stesse a promuovere un flusso informativo verso l'esterno.

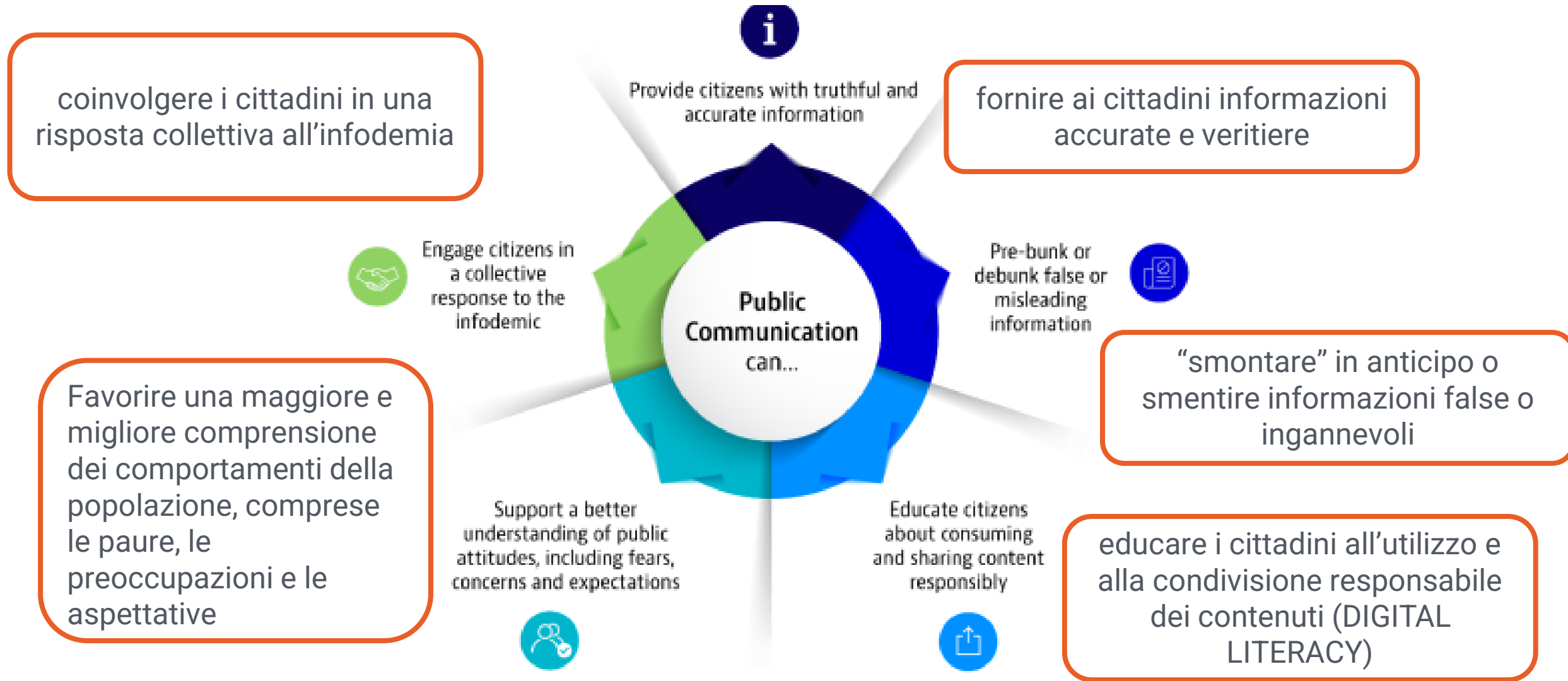
La comunicazione pubblica deve essere **guidata dai principi di trasparenza, integrità, responsabilità, accountability e partecipazione degli stakeholder**, stabiliti nelle raccomandazioni OCSE sull'Open Government (OECD Recommendation of the Council on Open Government, 2017).

Quale comunicazione pubblica in tempo di Covid-19?

Comunicazione istituzionale della salute



La comunicazione pubblica può essere utilizzata per diversi obiettivi legati alla lotta alla disinformazione



[Transparency, communication and trust: The role of public communication in responding to the wave of disinformation about the new coronavirus, OECD, 2020]

Strategie e buone pratiche di comunicazione pubblica in tempo di pandemia

Good Practice)



Comunicare con tempestività e accuratezza

Attraverso la comunicazione pubblica, il governo può ridurre la probabilità che la disinformazione si diffonda, comunicando le informazioni in modo tempestivo, non appena diventano disponibili. In questo periodo, molti governi organizzano dei **briefing giornalieri** per aggiornare i cittadini, in alcuni paesi, come la Corea, addirittura due volte al giorno. Allo stesso tempo, smentire le informazioni scorrette richiede un monitoraggio e una valutazione continua dei falsi contenuti che via via emergono. Infine, questa attività può essere supportata rinforzando in modo consistente le narrazioni ufficiali e facendo sì che **il governo e le istituzioni pubbliche a comunicare “con una voce sola”**.

«**Vocalità visibile**» (Lovari, 2018), ovvero la capacità delle Istituzioni di veicolare una voce credibile, costante, visibile, depoliticizzata.

Rendere la comunicazione partecipativa

Rispondere all'infodemia richiede uno sforzo da parte di tutta la società nel sostenere un ecosistema dell'informazione sano. **Coinvolgere la comunità medico-scientifica** nei tentativi di informare i cittadini e di dissuaderli dal credere ad affermazioni non verificate o false è stata una delle principali caratteristiche delle risposte dei paesi dell'OCSE. In modo analogo, **lavorare con i media** e con il mondo accademico per definire degli interventi contro la disinformazione è stata una parte della risposta dell'Italia, che ha istituito a livello governativo una task force composta da diversi stakeholder.

Infine, la comunicazione può consentire un **dialogo bidirezionale con i cittadini che risponde in modo più diretto ai bisogni e offre ai governi spunti per il miglioramento della comunicazione**. Questa pratica si sta diffondendo sempre di più sulle piattaforme di messaggistica come WhatsApp e Telegram, o su canali e chatbot dedicati che stanno nascendo, tra gli altri paesi, in Francia, Italia, Australia e Lettonia, ma anche attraverso i canali tradizionali, come le infoline telefoniche con i funzionari pubblici che forniscono assistenza all'utente, in paesi come la Grecia e la Finlandia. Lo stato americano del Kansas sta raccogliendo, attraverso una banca dati di racconti online, le storie personali dei cittadini che raccontano la loro esperienza e quale impatto ha avuto su di loro la pandemia

Anticipare e correggere la disinformazione

La ricerca emergente suggerisce che **“smontare” in anticipo o esporre preventivamente il pubblico a piccole dosi di misinformazione** in modo da metterne in evidenza i contenuti errati, può sviluppare il pensiero critico e insinuare il dubbio nel destinatario quando successivamente verrà esposto ad un falso contenuto (Roozenbeek et al., 2020). La Spagna è uno dei Paesi che sta adottando un simile approccio nelle sue comunicazioni, informando la popolazione sugli "sviluppi scientifici e sulle possibili bufale e dicerie ad essi associati", sulla base dei consigli forniti dal suo COVID-19 Scientific Analysis Group e da altri esperti. Al contrario, un' altra scuola di pensiero sostiene che contrastare le false informazioni, o smentire le bufale, possa aumentare l'attenzione e l'attrattiva delle bufale stesse.

Basare gli interventi sulle evidenze

La comunicazione strategica si costruisce su una robusta comprensione delle sfide informative, degli **atteggiamenti dei destinatari e delle loro modalità di acquisizione delle informazioni** e sulla valutazione delle attività comunicative. Per esempio, l'atteggiamento del pubblico nei confronti di chi veicola il messaggio ha delle implicazioni sulla comunicazione relativa al virus: **l'85% dei rispondenti ad un'indagine in 10 paesi ha sostenuto che preferisce ascoltare gli scienziati piuttosto che i politici** (Edelman, 2020). Questo indica che le evidenze scientifiche sono considerate importanti dalla popolazione nei messaggi di comunicazione pubblica. In Belgio e in Portogallo, così come in altri paesi, le conferenze stampa sulla pandemia sono tenute da esperti scientifici. Un [bando internazionale](#) per rendere gratuito l'accesso alle pubblicazioni accademiche sul Covid-19 è un'iniziativa canadese altrettanto importante per garantire ai principali stakeholder le evidenze per combattere la disinformazione in tema di salute pubblica.

Comunicare in modo trasparente

Durante le crisi, è fondamentale **rivelare l'incertezza** sulla natura del problema e sulle difficili e delicate decisioni da prendere. La diffusione della disinformazione dimostra che nascondere le informazioni o non essere trasparenti su cosa si conosce e cosa non si conosce alimenta sospetti e sfiducia, che sono ugualmente pericolosi per l'ordine pubblico e l'efficacia delle misure di emergenza.

Mantenere la trasparenza e informare in modo proattivo i cittadini è sempre più riconosciuta come una delle modalità più efficaci per supportare l'implementazione delle politiche e ristabilire la fiducia, smontando le bufale e le false narrazioni. Oltre a contrastare la disinformazione, la trasparenza è utile anche a responsabilizzare i governi nella gestione della pandemia. Per esempio, lo Stato messicano di Nuevo León ha comunicato il suo budget 2020 attraverso un sito web dedicato per spiegare in che modo le spese sono state riviste alla luce della pandemia.

Adottare un approccio strategico alla comunicazione

Un approccio strategico implica un **allineamento degli obiettivi e delle attività** al fine di combattere la disinformazione. Esso comporta, inoltre, che vengano previste delle strutture appropriate e delle risorse umane ed economiche dedicate, per poter garantire una risposta efficace e coordinata, con la possibilità di fare degli aggiustamenti, data la continua evoluzione del panorama della disinformazione. Nel Regno Unito, è stata istituita una Rapid Response Unit per coordinare le azioni in questo ambito tra i diversi dipartimenti e le diverse funzioni del governo, mentre in Colombia il Ministero STI ha introdotto una Public Communication of Science and Public Outreach Strategy. Il governo canadese ha ampliato la comunicazione pubblica, destinando 50 milioni di dollari per finanziare gli sforzi extra della sua Public Health Agency in termini di comunicazione ed educazione pubblica alla salute. È altrettanto importante uno **stretto coordinamento tra i vari soggetti che si occupano di comunicazione pubblica, dalle Istituzioni Sanitarie alle agenzie di protezione civile che guidano le risposte alla crisi.**

I paesi stanno gestendo le loro risposte alla disinformazione attraverso unità dedicate e meccanismi di coordinamento interministeriali. Il Regno Unito e l'Italia hanno istituito delle **taskforce all'interno del governo**, mentre in Spagna e in Corea il coordinamento avviene tra gli enti che si occupano di comunicazione, le istituzioni sanitarie, la comunità scientifica e gli enti di protezione civile.

La maggior parte dei paesi sta lottando contro la disinformazione. I Ministeri della Salute e le agenzie scientifiche hanno assunto un ruolo centrale nel correggere le bufale e i rumors sul virus in Australia, Portogallo e in Francia, mentre in Austria, Belgio e Regno Unito questi sforzi sono stati fatti da unità di gestione della crisi dedicate.

Consigliare i cittadini su come acquisire e condividere i contenuti è l'oggetto di molte campagne di informazione pubblica in molteplici paesi. Per esempio, la campagna del Regno Unito "Non alimentare le bufale", promuove una check-list per condividere i contenuti. La Spagna ha realizzato una guida sulla media e digital literacy per i cittadini, mentre la Germania promuove queste abilità a livello internazionale attraverso iniziative condotte dalla sua emittente radiofonica Deutsche Welle.

I cittadini sono sempre più degli utilizzatori delle piattaforme di **messaggistica istantanea, che offrono ai governi una delle migliori modalità per trasmettere i contenuti alla popolazione** (e per dare delle risposte). Il canale Telegram del Ministero della Salute italiano ha sorpassato il mezzo milione di iscritti a due settimane dal lancio.

I profili personali dei funzionari pubblici sulle piattaforme social sono diventati una fonte importante di informazioni affidabili, una guida e uno degli strumenti più potenti contro la disinformazione. In molti paesi, tra cui il Belgio, la Grecia e la Corea sono stati quotidianamente gestiti da funzionari esperti di sanità pubblica. La Spagna ha creato dei gruppi su WhatsApp a cui si sono iscritti più di 250 giornalisti per fare domande in tempo reale durante le conferenze stampa istituzionali.

La comunicazione pubblica è una delle numerose leve che possono essere utilizzate contro la disinformazione, e un elemento essenziale dell'agenda di un open government. Ma affrontare questo problema dipende anche dalle piattaforme digitali e dai mercati dei media, attraverso i quali le informazioni sono strutturate e fornite e dal livello di alfabetizzazione dei consumatori finali di tali informazioni.

Contrastare l'infodemia e la disinformazione nel contesto dell'epidemia di COVID-19 è **un'azione fondamentale non solo dal punto di vista della buona comunicazione, trasparente e basata sulle evidenze, ma anche per promuovere e mantenere la salute individuale e collettiva.**

Per saperne di più – articoli scientifici

- *Transparency, communication and trust: The role of public communication in responding to the wave of disinformation about the new coronavirus*, OECD, 2020
- Brennen J.S. et al., *Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation*, Reuters Institute, 2020
- Damian A. J e Gallo J.J., *Promoting health literacy during the COVID-19 pandemic: a call to action for healthcare professionals*, The Harvard Kennedy School Misinformation Review, 2020
- "A communicator's guide to Covid-19 vaccination. Research, Theories, Models, and Recommendations Communicators Should Know", Institute for Public relations, 2020
- Saiful Islam et al., *COVID-19–Related Infodemic and Its Impact on Public Health: A Global Social Media Analysis*, The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene, agosto 2020

Per saperne di più – siti web

- www.agendadigitale.eu un'approfondita analisi sulle fake news ai tempi del Covid 19: quali sono, come si diffondono e come contrastarle.
- www.salute.gov le bufale più comuni sul Covid-19 smontate una ad una
- www.who.int/myth-busters i miti da sfatare intorno al Covid 19, mettendo a confronto con l'ausilio di grafiche semplici e chiare, false informazioni e verità scientifiche.
- www.ec.europa.eu le iniziative di contrasto alla disinformazione sul Covid-19 della Commissione Europea
- www.firstdraftnews.org progetto nonprofit nato nel 2015 con l'obiettivo di combattere la disinformazione online promosso da 30 soggetti tra organizzazioni, editori e agenti che operano nel campo dei media, con l'appoggio di Google News Lab. L'obiettivo è quello di combattere la disinformazione online creando una piattaforma in cui gli utenti possano verificare la veridicità di una determinata notizia e imparare a riconoscere da soli come identificare quando una notizia è verificata e affidabile.
- www.pynter.org/coronavirusfactsalliance organizzazione che comprende più di 100 "fact checkers" provenienti da 45 Paesi, mette a disposizione un [database](#) costantemente aggiornato di fake news e notizie non attendibili pubblicate in tutto il mondo sul Covid-19. Il Network inoltre offre interessanti suggerimenti in termini di strumenti e strategie per contrastare l'infodemia.

BAD NEWS

From fake news to chaos! How bad are you? Get as many followers as you can.

PLAY THE GAME

Info & other languages

For educators

www.getbadnews.com

IT v

GO VIRAL!

**UN GIOCO DI 5 MINUTI CHE AIUTA A
PROTEGGERTI DALLA DISINFORMAZIONE
SUL COVID-19**

INIZIA

[INFO](#)

[CONDIVIDI SU](#)

www.goviral.com/it