

l'integrazione di tutte le informazioni sul rischio meteo-idrogeologico-idraulico, definizione complessa che ci permette di mettere sotto lo stesso termine-ombrello fenomeni molto diversi: temporali, trombe d'aria, neve, gelo, calore estremo, alluvioni, mareggiate, frane, valanghe. Queste informazioni sul rischio, ora sparse e appannaggio di alcuni enti o di altri, saranno aggregate in uno strumento di lavoro via web che agevolerà il reperimento e la consultazione da parte degli "addetti ai lavori" per garantire la rapidità e il coordinamento della comunicazione verso l'esterno, che si gioverà anche di uno spazio web pubblico dedicato alle allerte. Lo scopo finale di questa modalità più efficace e innovativa di comunicazione interna tra le istituzioni è arrivare prima e meglio ai cittadini, utilizzando tutte le possibilità offerte dalle nuove tecnologie, ma partendo dal presupposto che i mezzi più moderni e avanzati devono essere messi al servizio dei contenuti e non bypassarli.

Il sistema di allertamento, che sia regionale o nazionale, è un meccanismo molto complesso, che si articola in diversi livelli (in verticale) e diversi nodi (in orizzontale). La gestione di questa complessità è tutt'altro che banale e per gran parte, oggi e in Italia, è una questione di comunicazione efficace, dal momento che dal punto di vista tecnologico e operativo risultiamo mediamente adeguati per affrontare le sfide sempre più frequenti che ci si presentano.

Se si analizza cosa non ha funzionato negli eventi che negli ultimi anni hanno colpito il territorio nazionale e anche quello regionale, di recente particolarmente esposto alle calamità, spesso si legge di un avviso che non è arrivato, di informazioni che non sono state date immediatamente alla popolazione, di cittadini che si sono messi in pericolo perché non si sono comportati in modo idoneo o almeno sensato. È vero che servono anche gli interventi strutturali per ridurre il rischio, ma è assolutamente improrogabile e molto meno costoso far crescere la consapevolezza dei rischi che interessano i territori in cui viviamo, diffondere le norme di comportamento e la conoscenza su come reagire a un evento che può mettere a rischio la nostra vita, prima di tutto, e i nostri beni. Insomma, è fondamentale sapere che rischi corriamo, come ci dobbiamo comportare, come possiamo informarci, a chi dobbiamo dare ascolto. E questo si costruisce in tempo di pace, nella cosiddetta fase di prevenzione, per poi reagire tutti in modo "resiliente", ovvero prontamente e correttamente, nel momento in cui il



sistema si attiva, vengono diramate le allerte ed eventualmente si passa a uno stato di emergenza, in cui non c'è tempo per imparare, non c'è tempo da perdere e si deve solo agire.

I vantaggi di una efficace comunicazione preventiva si riflettono, come naturale che sia, anche nella gestione delle situazioni di crisi e di emergenza:

l'aver diffuso sul territorio efficaci campagne informative sui rischi facilita l'adozione di corretti comportamenti di auto protezione tra i cittadini; l'aver a disposizione strumenti di consultazione rapida sull'evoluzione delle condizioni meteo, le misure in atto, consigli utili ecc, ripaga in termini di sicurezza e salvaguardia delle nostre comunità.

Tutto questo è comunicazione del rischio. C'è un prima e un durante, un tempo differito di preparazione e un tempo reale di azione. E poi c'è anche il dopo, quando si fa la conta dei danni e l'analisi di cosa ha funzionato e cosa si deve migliorare. Ottimizzare la comunicazione (del rischio) è uno degli scopi principali del "progetto Allerte" dell'Emilia-Romagna, che si propone di consolidare il sistema di allertamento regionale, attraverso la collaborazione costante tra tutti i soggetti, compresi i sindaci, con cui riteniamo fondamentale cooperare per fornire supporto nel loro delicato e importantissimo ruolo di "autorità di protezione civile", su cui ricade la responsabilità di gestire il rischio locale e informare la popolazione. Il fine ultimo è raggiungere tutti i destinatari con informazioni chiare e utili per capire che tipo di rischio stanno correndo e cosa possono fare per fronteggiarlo, ciascuno in base al proprio ruolo e alle proprie competenze.

I media e il rischio: poca prevenzione, troppa strumentalizzazione

Luca Calzolari

Giornale della protezione civile

Mi è stata chiesta una breve riflessione sul tema della comunicazione del rischio nei media. L'argomento è ampio e va necessariamente limitato. Per comunicazione del rischio, in estrema sintesi, intendo un'attività che ha per obiettivo di stimolare nei cittadini e nella società la cultura dell'autoprotezione, attraverso l'informazione sui rischi esistenti, non solo a ridosso di un possibile evento se esso è prevedibile, e sui modi per limitarli riducendone le possibili conseguenze. Uno strumento di prevenzione non strutturale a servizio della costruzione della resilienza finalizzato a supportare la conoscenza dei rischi, l'apprendimento e la messa in pratica di comportamenti autoprotettivi. L'ambito di riferimento è quello legato alla protezione civile e lo limito ai media che producono e veicolano informazione tramite un percorso "tradizionale": ovvero prima di arrivare al lettore, la notizia è mediata e rielaborata dal lavoro di un giornalista. Nel *mainstream* dell'informazione, oltre alla cronaca delle emergenze, non manca l'informazione su qualche aspetto dei temi di cui ci stiamo occupando, per esempio sul dissesto idrogeologico. Tuttavia, nella maggior parte dei casi il punto di vista è quello della denuncia sulla malagestione del territorio. Cosa sacrosanta, peraltro. Trovano invece poco spazio le (purtroppo poche) campagne di prevenzione sui temi

alluvione e terremoto. Molto raramente nei giornali si tratta di resilienza applicata alla protezione civile, anche se oggi il concetto di resilienza è abbastanza di moda e utilizzato con declinazioni specifiche da discipline differenti. Di autoprotezione si parla (non sempre correttamente) durante le emergenze. In questi casi quello che si osserva è “la regola dei dieci consigli”: tra le pagine di cronaca dell’evento calamitoso solitamente appare un’infografica o un box sui comportamenti da tenere. Colpa dei giornali e dei giornalisti? Un po’ sì e un po’ no. Non è una posizione cerchiobottista. A monte c’è il fatto che di comunicazione del rischio su questi temi se ne fa poca. Le istituzioni nazionali e locali non investono a sufficienza: la scarsità generale di risorse pesa anche in questo caso, ma la scelta su dove allocarle è a monte. Anche con tutti i correttivi che le poche risorse spesso rendono in seguito necessari. La campagna “*Io non rischio*”, proposta da Anpas e sposata dal Dipartimento della protezione civile, Ingv, ReLuis e poi da tante associazioni di protezione civile, è l’unica di dimensione nazionale, e a ben vedere anch’essa non riesce ancora a sfuggire del tutto alla sorte del trafiletto. Per aiutare “*Io non rischio*” ad avere più spazio sui media probabilmente è necessario qualche sforzo in più per aumentare sia il coinvolgimento, sia la partecipazione delle istituzioni del territorio. Sindaci *in primis*, che rendendo ancor più forte e diretta la loro partecipazione, potrebbero essere di grande aiuto per amplificare la diffusione dell’informazione, anche

tramite il coinvolgimento dei servizi locali di protezione civile. Diverse anche le iniziative sui singoli territori messe in campo dal volontariato. In quei casi la presenza sulla stampa locale vive di alterne fortune. Al di là delle campagne di comunicazione, è necessario che tutti gli attori del servizio nazionale della protezione civile, in particolare le istituzioni locali – che sono più vicine al cittadino e hanno un rapporto diretto con gli operatori dell’informazione del territorio – attuino concretamente il principio della continuità dell’informazione in particolare nel periodo di tregua. Correlato alla continuità dell’informazione vi è il grado di conoscenza specifica dei giornalisti rispetto ai contenuti di protezione civile, che da quello che si desume dalla lettura degli articoli andrebbe supportato. La formazione obbligatoria per gli appartenenti agli ordini professionali, alla quale siamo soggetti anche noi giornalisti, rappresenta un’opportunità per aumentarlo. Ciò oltre che poter stimolare interesse, forse faciliterebbe la futura selezione delle notizie. Un altro aspetto è il valore notizia, il grado di notiziabilità, della comunicazione del rischio: “*Se vado dal direttore del giornale a dirgli che voglio scrivere un pezzo su una questione che ora non è un problema ma che lo sarà tra cinque anni, questo mi risponderà che sicuramente non gli interessa*” (Mariella Nocenzi, “*Vivere l’incertezza. Sociologia, politica, cultura del rischio ambientale nelle insicurezze da inquinamento elettromagnetico*”, FrancoAngeli, 2002). Questo esempio

ci aiuta a capire la difficoltà che può incontrare un giornalista a proporre articoli che trattano di comunicazione del rischio. In negativo il valore notizia di campagne come “*Io non rischio*” si innalza quanto sono un pretesto per parlare d’altro: in generale per polemizzare con “la protezione civile”. A mio avviso un esempio particolarmente sfortunato è l’articolo comparso su un importante quotidiano nazionale relativo all’alluvione di Genova dell’ottobre 2014, che definiva “*Surreale. Grottesca, offensiva. Umiliante, sconcia. La campagna pubblicitaria Io non rischio l’alluvione*” e conteneva l’intervista al sociologo e docente dell’università di Genova, Salvatore Palidda che affermava che “*La comunicazione, con linguaggio pedagogico elementare di quali sono i rischi e cosa fare per evitarli, nei fatti, si traduce innanzitutto nello scaricare sulla popolazione la responsabilità degli eventuali danni*”. Come è noto, le reazioni non mancarono, molte e dure. Compresa quella del mio giornale. Allora come fare per cercare di uscire da questo cono d’ombra? Non esistono ricette miracolose, da un lato, ne sono convinto, deve mutare di segno l’impegno concreto delle istituzioni sulla comunicazione del rischio. Dall’altro occorre continuare a insistere con editori e giornalisti sull’importanza del ruolo dei media nell’informazione sul rischio e in emergenza (in questo senso è bene affermare e ripetere che gli editori e i giornalisti sono protezione civile, oltre che cittadini a rischio) e infine sarebbe utile coinvolgere i media direttamente nelle campagne, cosa che in parte significa anche investimento di risorse.



FOTO: M.N. CASELLI, REGIONE EMILIA-ROMANA, AUSG