



Dipartimento di Scienze Politiche

Cattedra di Sociologia della Comunicazione

Tra fiducia e istituzioni: *in medio stat virus.*

L'impatto della comunicazione istituzionale durante il COVID-19

RELATORE

Prof.ssa Emiliana De Blasio

CANDIDATA

Lucia Bernabei

Matr. 088052

Anno Accademico 2020/2021

*Tutto l'insieme va
sempre letto anche politicamente,
perché nulla al mondo accade per
caso e le bolle che di qua
stanno i cattivi e di là stanno i
buoni le possono scrivere i
giornali, ma io non mi sento di
accettarle.*

*La realtà è molto più
complessa, la politica non è mai
riducibile a schemi così
semplici, così banali.*

ETTORE BERNABEI

Indice

Introduzione

Capitolo Primo

LA FIDUCIA

Introduzione

1.1 La fiducia: asset relazionale sociale e collante istituzionale

1.2 Di chi fidarsi durante una pandemia

1.3 I rischi della sfiducia verso le istituzioni per le istituzioni

Conclusione

Capitolo Secondo

L'INFODEMIA

Introduzione

2.1 L'infodemia in Italia

2.2 Le vie istituzionali per combatterla

2.3 Il valore della trasparenza

Conclusione

Capitolo Terzo

LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE DURANTE IL COVID-19

Introduzione

3.1 Il caso italiano: Giuseppe Conte

3.2 Il caso vaticano: Papa Francesco

3.3 Il caso statunitense: Donald Trump

3.4 Comunicare una pandemia: riflessioni e raccomandazioni finali

Conclusione

Conclusioni

Bibliografia

Abstract

INTRODUZIONE

Il mio elaborato di tesi parte nel primo capitolo dall'idea di fiducia come bene comune all'interno della nostra collettività. Da qui, nel contesto dell'emergenza pandemica più che mai, l'esigenza di un discorso pubblico che porti avanti e custodisca i legami fiduciari, soprattutto tra rappresentati e rappresentanti, vedendo quindi come un onere della società, dei partiti, della stampa quello di riflettere ed esprimere una vera e propria etica comunicativa improntata in tal senso.

A fronte di questo fondamentale ruolo della fiducia a livello sociale e istituzionale, in un momento storico unico e drammatico come quello che stiamo vivendo oggi, ho ritenuto tanto opportuno quanto necessario indagare quelle che risultano invece essere le disastrose conseguenze della mancanza di fiducia proprio negli ambiti sopracitati.

Infatti, se la fiducia tra governatori e governati è considerata essenziale per il "buon governo", la crisi che stiamo vivendo nel corso della pandemia da Coronavirus presenta anche un test unico delle ipotesi chiave nella letteratura della fiducia. Comprendere oggi le dinamiche di quest'ultima, come essa facilita e ostacola le risposte politiche e anche i probabili effetti di queste risposte proprio sulla fiducia, sono e saranno questioni fondamentali anche per la ricerca politica e comunicativa del domani.

Ho scelto dunque di dedicarmi all'impatto comunicativo segnatamente nella seconda parte dell'elaborato, poiché ritengo che in una situazione in cui la fiducia continua ad essere fondamentale come collante sociale, la comunicazione - in particolare politica - ha al contrario disinnescato i meccanismi fiduciari gettando spesso e volentieri i cittadini-*followers* nello scompiglio.

Difatti, mai prima d'ora nella storia dell'uomo è stato possibile comunicare così velocemente durante una pandemia. Le piattaforme medial e social si sono rivelate un elemento chiave per la circolazione delle informazioni; parimenti, vi sono molteplici vantaggi e svantaggi di cui è indispensabile tener conto.

L'uso responsabile di questi strumenti può aiutare a diffondere rapidamente nuove informazioni importanti e scoperte scientifiche pertinenti, condividere protocolli diagnostici e di trattamento; eppure, le informazioni trasmesse potrebbero non essere aggiornate, valide, applicabili al nostro ambiente, se non addirittura false.

Infatti, alla stessa velocità in cui viaggia l'informazione viaggia altresì la disinformazione, e il confine tra questi due passeggeri è labile e caduco.

Invero, questa crisi si è rivelata la prova del nove per dimostrare quanto i Paesi siano dipendenti da *social* e *mass media*, e quanto attraverso di essi la verità possa essere relativa e mutevole.

Sono in particolare molteplici le verità raccontate dai diversi *leader* politici dall'alto di questa Torre di Babele del mondo contemporaneo che è il COVID-19: la confusione biblica di ieri è in questo ultimo drammatico anno riproposta e amplificata da differenti casse di risonanza, differenti chiavi di lettura per un virus che invece è, nella sua esistenza e dunque contagiosità, democratico e simmetrico.

Per tali motivi, nel terzo e ultimo capitolo affronterò proprio tre particolari e paradigmatici *case-studies* di comunicazione istituzionale durante l'emergenza epidemiologica.

Anzitutto, ho scelto di prendere in considerazione l'esempio mediatico più vicino alla nostra realtà, cioè l'ex Presidente del Consiglio dei Ministri Giuseppe Conte, e l'altalenante parabola di popolarità e successo che ha caratterizzato questi suoi ultimi mesi di governo contestualmente al diffondersi del Coronavirus nel nostro paese, l'Italia.

In secondo luogo, ho scelto di prendere in considerazione Papa Francesco. Il Pontefice rappresenta una figura istituzionale globale alla stregua dei due *leader storyteller* sopracitati, e ha affrontato l'argomento Coronavirus nella quasi totalità dei suoi discorsi e dichiarazioni di questo periodo; tuttavia, la sua narrazione è sempre rimasta marginale e periferica.

Da ultimo, il mio sguardo analitico si è posato sul caso statunitense, ovvero la strategia comunicativa posta in essere da Donald Trump in un contesto in cui egli era irrimediabilmente esposto a due fuochi: la gestione di una crisi sanitaria all'interno della prima potenza mondiale da una parte, e la gestione delle elezioni per tornare nuovamente al governo della prima potenza mondiale dall'altra.

Nonostante le diversità e le avversità, tutti e tre i leader presi in esame sono usciti sconfitti mediaticamente dalla pandemia da COVID-19, dimostrando così che tra fiducia e istituzioni *in medio stat virus*.

I CAPITOLO

LA FIDUCIA

Introduzione

Il focus centrale di questo primo capitolo è il rapido e cruciale impatto del COVID-19 su uno dei più cruciali costrutti psicologici, politici e relazionali: la fiducia.

L'obiettivo è indagare, passando in rassegna anche virus del passato, come le conseguenze della presente pandemia - in termini di assistenza sanitaria, interventi e imposizioni statali, vita quotidiana e abitudini - abbiano influenzato la fiducia dei cittadini nei confronti delle istituzioni pubbliche.

Il grande nocciolo della questione concerne il circolo vizioso che si va poi ad innescare qualora i governati non confidino nei propri governanti. Partendo dal principio, finora la minaccia più insidiosa posta dal virus è stata proprio la combinazione della rapidità della sua diffusione con l'alto numero di pazienti che richiedono un trattamento in terapia intensiva, richiedendo dunque uno sforzo senza precedenti per i sistemi sanitari dei paesi colpiti. Tutto ciò ha a sua volta spinto un numero crescente di governi nazionali ad adottare misure estreme per limitare la diffusione del virus stesso, spesso imponendo limitazioni molto impegnative ai diritti fondamentali dei cittadini (ad esempio, l'isolamento sociale e la quarantena) e con conseguenze socioeconomiche disastrose (per citarne alcune, l'aumento della disoccupazione, la perdita di entrate per gran parte delle attività commerciali e le disuguaglianze crescenti).

In uno scenario così particolare, la rilevanza dello studio della fiducia dei cittadini nelle istituzioni pubbliche è molteplice, ed è qui che si innesca il circolo vizioso sopracitato: da un lato, l'efficacia di queste misure e la capacità collettiva di superarne i costi è condizionata dalla conformità della popolazione, che a sua volta è influenzata dalla fiducia nelle istituzioni, e per questa stessa ragione, le istituzioni cercano attivamente di promuovere la fiducia dei cittadini come mezzo per raggiungere i loro obiettivi di prevenzione; dall'altro lato, la natura stessa della crisi attuale probabilmente influenza e modella il modo in cui i cittadini concepiscono la fiducia, e tale impatto socio-cognitivo della pandemia COVID-19 deve essere razionalizzato e compreso.

Infatti, la rilevanza della fiducia per affrontare le emergenze sanitarie è anche legata ai limiti intrinseci dell'applicazione diretta del cambiamento comportamentale richiesto. Senza la cooperazione attiva della popolazione, qualsiasi intervento drastico è destinato a fallire, poiché i comportamenti sollecitati (ad esempio, igienizzare frequentemente le mani, indossare una mascherina e mantenere la distanza di sicurezza dagli altri) non possono essere monitorati

efficacemente e con sufficiente frequenza su un numero così elevato di persone.

A tal riguardo, queste aspettative sul ruolo positivo della fiducia nel promuovere l'aderenza e la conformità ai regolamenti e alle linee guida preventive stanno trovando ampia conferma anche nelle recenti ricerche sulla crisi in corso. Effettivamente, l'emergenza attuale agisce come una lente d'ingrandimento nel mettere in evidenza il ruolo essenziale della fiducia nelle nostre società: nello specifico, la fiducia come *vinculum societatis*, sia per il benessere psicologico degli individui che per il funzionamento efficace delle istituzioni politiche e sanitarie. Invero, la fiducia è oggi più che mai oggetto di studio perché agisce come un bene prezioso anche per le istituzioni e per gli scienziati, entrambi attori cruciali nella risposta pubblica alla pandemia COVID-19.

Le prossime pagine prenderanno dunque in esame il ruolo della fiducia come *asset* relazionale sociale e collante istituzionale; da qui, con un breve *excursus* storico ci si interrogherà su chi è necessario fidarsi durante una pandemia; in conclusione, si passeranno in rassegna i rischi della sfiducia verso le istituzioni per le istituzioni stesse.

1.1 La fiducia: asset relazionale sociale e collante istituzionale

L'anno 2020 è iniziato con l'epidemia di un nuovo virus, denominato COVID-19, che ha portato l'Organizzazione mondiale della sanità (OMS) a dichiarare una pandemia globale il 12 di marzo del medesimo anno.

La crisi sanitaria ha determinato molte sfide sia per la società che per i governi - fermando a tutti gli effetti il mondo.

Non solo la pandemia ha colpito l'economia, la società e molti fattori politici, ma ha anche evocato diverse forme di comunicazione e richiesto un rafforzamento dei meccanismi fiduciari che legano proprio tanto le società quanto i governi - pur di mandare avanti il mondo.

Difatti, la fiducia è essenziale per le interazioni economiche, il successo e la pienezza.

Nelle società primitive, la gente contava su un piccolo gruppo di compagni per la sopravvivenza; oggi estendiamo volontariamente e abitualmente la fiducia per impegnarci in numerose interazioni con un gran numero di estranei in modo da poter avere accesso a beni e servizi.

In altre parole, rischiamo ad esempio il nostro denaro duramente guadagnato per pagare in anticipo qualcuno che non abbiamo mai incontrato quando acquistiamo qualcosa su Internet; cerchiamo dunque un gran numero di opportunità di scambio e ci aspettiamo che ci siano non solo regole formali ma anche norme informali di comportamento che accompagnano la maggior parte delle transazioni e limitano le tentazioni opportunistiche di inganno, a fronte del senso di sicurezza e fiducia che tendenzialmente ci guida. Tuttavia, il concetto di fiducia ha una relativamente ampia varietà di significati e connotazioni nella letteratura così come nell'uso quotidiano.

A causa della costruzione multidimensionale della fiducia, le diverse definizioni della stessa tendono dunque a rifletterne vari domini specifici ma ristretti.

Per esempio, alcuni studiosi considerano la fiducia come un attributo personale o interpersonale incorporato nelle interazioni umane, e promosso da legami personali, regole della comunità, meccanismi informali, o transazioni ricorrenti, etc.¹ In questa ottica, le istituzioni formali sono ritenute un dispositivo di controllo o deterrente, piuttosto che una forma di sostegno alla fiducia, perché sono usate solo quando la fiducia si rompe². Ancora, altri studiosi si riferiscono alla fiducia come a una proprietà istituzionale o la considerano fondamentalmente plasmata dalle istituzioni,

¹ Rotter, J.B., (1967). A new scale for the measurement of interpersonal trust. *Journal of Personality* 35 (4), pp. 651–665

² Shapiro, S.P., (1987). The social control of impersonal trust. *The American Journal of Sociology* 93 (3), pp. 623–658

specialmente dalle istituzioni formali³. Un altro modo per definire la "fiducia" è vedendola come un attributo naturale dell'uomo⁴: si ha fiducia poiché si ha una fede generale nella natura umana. In tal senso, la fiducia può essere "concettualizzata come un costrutto intersituazionale e interpersonale"⁵. Volendo analizzare un'ulteriore prospettiva, tra le tante esistenti, vari altri studiosi sfruttano la teoria dei giochi per esaminare la fiducia attraverso attività di cooperazione o attività di competizione⁶; la fiducia in questi studi è quindi concettualizzata come un'azione. Da ultimo, è altresì possibile intendere al contrario la fiducia come un'"intenzione" piuttosto che un "azione", in virtù del diverso grado di intenzione o volontà da una parte di aspettarsi che un'altra parte agisca in modo competente e doveroso in una situazione incerta⁷.

Nel linguaggio quotidiano, invece, con il termine "fiducia" intendiamo comunemente un insieme di ideali, di azioni, di sensazioni, di credibilità consolidati nel tempo, un *asset* relazionale intangibile che fa riferimento al patrimonio di legami che si stabiliscono all'interno di una società.

La fiducia è un'aspettativa individuale, spesso in circostanze di vulnerabilità, che le azioni o le intenzioni di un'altra persona siano oneste, corrette e fondate sull'integrità.

All'aumentare del livello di fiducia tra i soggetti di un rapporto, miglioreranno per questi ultimi i vantaggi e il valore derivanti dal rapporto stesso; ciò accade perché la fiducia – in quanto dimensione psicologica – cementa implicitamente la maggior parte delle attività che occupano le nostre giornate: ci fidiamo del tassista che ci porta all'aeroporto, ci fidiamo della commessa che ci consiglia un paio di scarpe piuttosto che un altro, ci fidiamo del dottore che si occuperà del nostro prossimo intervento. Eppure, tendiamo a fidarci molto di meno del giornalista che legge le notizie al mattino; non ci fidiamo neanche dei protagonisti della maggior parte delle sopraccitate notizie, dai politici agli scienziati; a tal proposito, nel settembre 2018, il segretario generale dell'ONU Antonio Guterres aveva difatti affermato che "il nostro mondo sta soffrendo di un grave disturbo da deficit di fiducia"⁸.

I dati confermano questo enunciato. Ogni anno dal 2001, l'agenzia di comunicazione aziendale e marketing Edelman conduce una ricerca che misura la fiducia nel mondo: in 33000 da 28 paesi

³ Zucker, L.G., (1985). *Production of trust: institutional sources of economic structure, 1840–1920*. In: Cummings, L.L., Staw, B. (Eds.), *Research in Organizational Behavior*, vol. 8. JAI Press, Greenwich, CT

⁴ Wrightsman, L.S., (1991). *Interpersonal trust and attitudes toward human nature*. In: Robinson, J.P., Shaver, P.R., Wrightsman, L.S. (Eds.), *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes*. Academic Press, San Diego, CA, pp. 373–412

⁵ Mcknight, D.H., Chervany, N.L., (1996). *The Meanings of Trust*, Working Paper. Disponibile da: <http://misrc.umn.edu/wpaper/WorkingPapers/9604.pdf>

⁶ Axelrod, R., (1984). *The Evolution of Cooperation*. New York: Basic Books

⁷ Lewis, J.D., Weigert, A., (1985). Trust as a social reality. *Social Forces* 63 (4), pp. 967–985

⁸ Traduzione mia dal discorso all'Assemblea Generale delle Nazioni Unite, fatto dal Segretario Generale Antonio Guterres (15 settembre 2018). Disponibile da: <https://www.un.org/sg/en/content/sg/speeches/2018-09-25/address-73rd-general-assembly> [Consultato il 25 febbraio 2021]

rispondono alle stesse domande sul loro livello di fiducia nei governi, nelle organizzazioni non governative, nelle imprese, nei media, e i risultati vengono resi pubblici nel mese di gennaio al World Economic Forum.

Nell'andamento della fiducia in questi due decenni il 2017 segna un punto di svolta, dato che è l'anno in cui si registra il declino più brusco in quasi tutti i paesi monitorati, e nel 2018 non c'è stato un recupero. In 20 paesi su 28 le persone che non si fidano delle istituzioni sono più di quelle che si fidano.

La questione è che la fiducia permette a una persona con meno conoscenze, potere o capacità di elaborare informazioni complesse, di fare affidamento su un altro individuo o istituzione per prendere decisioni in linea con il proprio benessere o le proprie credenze. Pertanto, la fiducia è stata storicamente una pietra angolare tanto delle relazioni elettore-eletto che di quelle medico-paziente. Tuttavia, in riferimento a queste ultime, laddove una volta il pubblico riceveva le proprie informazioni in questo ambito principalmente dagli operatori sanitari stessi, oggi i *social media* hanno consentito un'ampia condivisione di informazioni che sono considerate ugualmente credibili e allo stesso modo gli stessi *leader* politici hanno utilizzato le loro piattaforme come casse di risonanza per tali informazioni.

I *leader*, nei momenti di significativa incertezza, dovrebbero cercare costantemente notizie e dati pertinenti sull'andamento e sull'impatto della crisi da fonti affidabili. Questo alveo di fonti include professionisti sanitari, ricercatori, industrie e settori correlati; i politici, le persone di partito, devono agire in ultima analisi in conformità con competenze e consigli credibili.

A tal riguardo, sono sempre più numerose le prove che dimostrano che nell'ambito della crisi in corso risposte nazionali rapide, complete e allineate con le linee guida sanitarie hanno portato a migliori risultati sanitari ed economici e ad alti livelli di fiducia nella leadership, come è avvenuto ad esempio nel caso neozelandese⁹.

In proposito, è significativo citare il *framework* Trust-Confidence-Cooperation della gestione del rischio, sviluppato dagli esperti Earle, Siegrist e Gutscher¹⁰. Questo afferma che la comunità deve avere fiducia nella sua leadership affinché possa cooperare con misure restrittive di salute pubblica. Gli scenari pandemici e il relativo sconvolgimento sociale ed economico rappresentano grandi sfide di gestione del cambiamento, e storicamente i cittadini sono al contrario restii ai cambiamenti imprevisti, così come a fidarsi in situazioni dove sono richiesti sacrifici a breve termine ma i guadagni a lungo termine sono meno chiari. Per questo, infatti, è possibile affermare che la fiducia del pubblico nei governi, nei leader, nella medicina continua a calare con il procedere

⁹ Per approfondire: <https://www.lifegate.it/jacinda-ardern-nuova-zelanda-2020>

¹⁰ Siegrist, M., Zing, A., (2014). The role of public trust during pandemics implications for crisis communication. *Euro Psych* 19, pp. 23-32

dell'emergenza.

Secondo diverse prospettive, infatti, la fiducia potrebbe essere collegata a risposte governative meno restrittive o più lente all'epidemia, per cui i governi hanno cercato di gestire la malattia enfatizzando la responsabilità individuale dei cittadini, basata sulla fiducia reciproca tra cittadini e stato. Uno studio transnazionale¹¹ a riguardo ha rilevato che la percezione del rischio del coronavirus è inferiore quando gli individui si fidano maggiormente del governo ma, al contrario, più elevata quando si fidano meno della scienza e dei professionisti medici, il che potrebbe spiegare la successiva adozione di politiche restrittive. Facendo riferimento alla ricerca in questione, si afferma come la diffusione della malattia sia influenzata dalla volontà delle persone di adottare comportamenti preventivi di salute pubblica, che sono spesso associati alla pubblica percezione del rischio. Al fine di avvalorare tale tesi, gli autori presentano la prima valutazione della percezione del rischio pubblico di COVID-19 nel mondo utilizzando campioni nazionali (N totale = 6.991) in dieci paesi appartenenti ad Europa, America e Asia, riscontrando che sebbene i livelli di preoccupazione siano relativamente alti ovunque, sono più alti nel Regno Unito e più bassi in Corea del Sud.

Tuttavia, in tutti i paesi, l'esperienza personale con il virus, i valori individuali, l'aver sentito parlare del rischio da amici e familiari, la fiducia nel governo, nella scienza e nei professionisti medici, e l'efficacia personale e collettiva sono stati tutti predittori significativi della percezione del rischio. Anche se c'era una sostanziale variabilità tra le culture prese in esame, soprattutto l'amplificazione sociale per il tramite di amici e familiari in particolare è risultata essere un determinante significativo in più della metà dei paesi esaminati; inoltre, la percezione del rischio era correlata all'adozione di comportamenti di salute preventivi in tutti e dieci i paesi.

Allo stesso modo, nel lavoro svolto invece da Toshkov, Yesilkagit e Carroll¹² nel medesimo anno, vengono prese in considerazione le varietà di misure poste in essere dagli stati europei a fronte della rapida diffusione della pandemia, ed i modelli da loro analizzati suggeriscono una serie di relazioni significative, riscontrando in particolare che i paesi più centralizzati con minore efficacia di governo, libertà e fiducia sociale, ma con ministeri della salute separati e ministri della salute con formazione medica hanno agito più velocemente e in modo più deciso. Questi risultati sono importanti alla luce dei grandi effetti positivi che le prime risposte politiche hanno probabilmente avuto sulla gestione del contagio, spiegando dunque la difformità di reazioni da parte della società civile verso i rispettivi governi in virtù delle diverse azioni e reazioni degli stessi.

¹¹ Dryhurst, S., Schneider, C., Kerr, J., Freeman, A., Recchia, G., van der Bles, A., Spiegelhalter, D., & et al. (2020). Risk perceptions of COVID-19 around the world. *Journal of Risk Research*, 23 (7-8), 994-1006

¹² Toshkov, D., Yesilkagit, K., Carroll, B., (2020). *Government Capacity, Societal Trust or Party Preferences? What Accounts for the Variety of National Policy Responses to the COVID-19 Pandemic in Europe?* OSF Preprints

Un altro *leitmotiv* di cui è bene tener conto riguarda poi come in molti casi le prime settimane di incertezza hanno generalmente dato luogo a un “rally round the flag effect¹³”, rispetto al quale limitatamente a quel periodo la fiducia nelle istituzioni e negli attori politici era in aumento a vari livelli in molti contesti nazionali. Questa dinamica è stata anzitutto mostrata in modo descrittivo dal Professore di Scienza Politica dell’Università di Southampton Will Jennings¹⁴.

Secondo i sondaggi effettuati da Ipsos Mori, alla fine di marzo – dunque alla fine del primo vero mese di pandemia globalmente inteso¹⁵, gli indici di soddisfazione della maggior parte dei leader mondiali erano aumentati significativamente. Il punteggio del primo ministro britannico Boris Johnson a metà marzo era migliorato del 52% - un aumento di 5 punti dal 47% all'inizio di febbraio e un aumento di 16 punti rispetto alle sue valutazioni all'inizio di dicembre, poco prima delle elezioni generali (36%). L’indice di gradimento dell’allora presidente degli Stati Uniti Donald Trump è salito al punto più alto di sempre, con il 49% dei cittadini che in marzo approvavano la sua performance e il 45% che la disapprovavano. Il presidente francese Emmanuel Macron, salendo al 51%, ha guadagnato circa 13 punti in più rispetto al mese precedente di febbraio. La cancelliera tedesca Angela Merkel ha visto la sua approvazione salire a un meteorico 79%, in aumento di 11 punti dalla fine di febbraio - una cifra notevole per un leader che è stato al potere per ben oltre un decennio. L’indice di approvazione di Giuseppe Conte, primo ministro nel paese che in marzo contava il più alto numero di morti, aveva raggiunto il 71% - un incredibile 27 punti in più rispetto a febbraio. Fondamentalmente, l’unico *leader* ad aver visto i propri rating in netto calo è stato il presidente populista di estrema destra del Brasile, Jair Bolsonaro, con il pubblico apparentemente non impressionato dal suo paese ed ostentato negazionismo del Coronavirus.

Ciò che è interessante, tuttavia, è che questo diffuso aumento di popolarità nel corso del primissimo stadio dell’emergenza pandemica sembra avere poco a che fare con le reali prestazioni nella gestione della crisi - e infatti è stato circoscritto a quella prima fase per poi progressivamente e drammaticamente raggiungere livelli ben più bassi andando avanti nei mesi.

A spiegare dunque tale iniziale e repentino successo è proprio il sopraccitato “rally round the flag effect”: principalmente, affinché si verifichi questo *rally*, l’evento deve essere internazionale, coinvolgere direttamente il paese e il suo *leader*, ed essere specifico, drammatico e fortemente focalizzato. L’importanza globale della pandemia di Covid-19 - e il fatto che la lotta contro di essa

¹³ L’effetto del “rally round the flag” (letteralmente: “raduno intorno alla bandiera”) è un concetto usato nella scienza politica e nelle relazioni internazionali al fine di spiegare l’aumento del sostegno popolare a breve termine al governo di un paese o a determinati leader politici nel corso di periodi di crisi internazionale o di guerra.

¹⁴ Jennings, W., (2020). *Covid-19 and the ‘Rally-Round-the-Flag’ Effect*, UK in a Changing Europe [online]. Disponibile su: <https://ukandeu.ac.uk/covid-19-and-the-rally-round-the-flag-effect/>

¹⁵ Assumendo chiaramente come “inizio della pandemia globalmente inteso” la data dell’11 marzo, quando il direttore generale dell’Organizzazione Mondiale della Sanità Tedros Adhanom Ghebreyesus ha annunciato dalla Svizzera (Vedi <https://twitter.com/WHO/status/1237777021742338049>) che avendo superato la cifra di 118mila casi di Covid-19 in 114 paesi, a fronte della morte di 4.291 persone, si poteva dichiarare il passaggio da un’epidemia a una pandemia.

può (ed è stata) paragonata a una guerra - si adatta perfettamente a questa definizione. In tutti i paesi i *leader* sono stati una figura centrale nella risposta del governo. La minaccia esistenziale posta dal virus, combinata con le radicali restrizioni di movimento che sono state implementate, la crescente pressione sui servizi sanitari e i gravi *shock* all'economia, sono tutte caratteristiche coerenti con gli eventi drammatici e focalizzati notati da Mueller, studioso che per primo coniò tale espressione. Per quanto riguarda ciò che guida tale “raduno” in tempi di crisi nazionale, una delle spiegazioni tradizionali è che i sentimenti patriottici hanno portato il pubblico a vedere il primo ministro come il centro dell'unità nazionale, portando a un maggiore sostegno quando i cittadini hanno messo da parte i loro pregiudizi di parte. Altri hanno sostenuto che a concorrere a questa unità sono anche i politici dell'opposizione, che mettono temporaneamente da parte i loro interessi partigiani, e l'aumento dei livelli di copertura mediatica, che influenza così il modo in cui il pubblico percepisce i leader. Un ulteriore punto di vista sostiene che quando si sentono vulnerabili e minacciati, i cittadini ripongono la loro fiducia nei leader politici e nelle autorità affinché li proteggano. A sostegno di tale tesi, anche un'ulteriore ricerca transnazionale ha mostrato come l'implementazione di misure di blocco ha in un primo momento aumentato la fiducia nel governo nei paesi europei¹⁶. Codesto studio parte dall'assunto per cui le grandi crisi possono agire come frangenti critici o rafforzare lo status quo politico, a seconda di come i cittadini vedono le prestazioni delle istituzioni centrali. Utilizzando i risultati unico sondaggio rappresentativo basato sul web, svolto nei primi mesi di marzo e aprile 2020 in Europa occidentale, gli autori hanno confrontato il sostegno politico di coloro che hanno partecipato al sondaggio subito prima e subito dopo l'inizio del *lockdown* nel loro paese d'origine. La conclusione a cui sono arrivati è stata che il confinamento ha aumentato le intenzioni di voto per il partito del primo ministro/presidente, la fiducia nel governo e la soddisfazione per la democrazia; nel periodo preso in esame, tuttavia, l'evidenza della Spagna¹⁷ mostra che invece le persone che avevano sperimentato personalmente il COVID-19 - cioè su sé stesse o un amico intimo o un familiare – avevano espresso livelli inferiori di fiducia politica. Questo sembra un effetto plausibile poiché l'infezione potrebbe portare a insoddisfazione per l'efficacia della risposta del governo. Tale insoddisfazione è poi andata crescendo con il procedere della pandemia, portando al contrario ad un sostanziale aumento della sfiducia nei confronti delle autorità governative, che verrà preso in esame nell'ultimo paragrafo del presente capitolo.

¹⁶ Bol, D., Giani, M., Blais, A., et al., (2020). The Effect of COVID-19 Lockdowns on Political Support: Some Good News for Democracy? *European Journal of Political Research*

¹⁷ Amat, F., Arenas, A., Faló-Gimeno, A. & Muñoz, J., (2020). *Pandemics meet democracy: Experimental evidence from the COVID-19 crisis in Spain* [online]. Disponibile da: <https://osf.io/preprints/socarxiv/dkusw/>

1.2 Di chi fidarsi durante una pandemia: pandemie a confronto

La brusca inversione di rotta nel livello di fiducia verso le istituzioni, a cui è stato possibile assistere in questo ultimo anno di crisi sanitaria, porta inevitabilmente i cittadini a domandarsi a chi sia più giusto e sicuro affidarsi in un contesto di sostanziale incertezza.

Per quanto concerne la politica, molti sociologi considerano la fiducia nei confronti della stessa e delle istituzioni politiche come fondamentale per la stabilità delle società e per il funzionamento della democrazia in ogni paese; inoltre, contribuisce senza alcun dubbio a formare altresì la volontà dei cittadini di cooperare per raggiungere obiettivi collettivi e finanziare beni pubblici.

Eppure, in una società presumibilmente sempre più individualizzata, non è inusuale chiedersi cosa bisogna aspettarsi che succeda al senso di fiducia delle persone; persone che si identificano sempre di meno con un particolare partito politico, che si sentono sempre di meno coinvolte e partecipative nel processo politico, e dall'altro lato invece sempre più propense all'astensione dalle urne.

Il precedentemente citato "rally around the flag effect" può spiegare solo nel breve termine l'istintivo moto di fiducia dei cittadini verso la classe politica, ma nel lungo termine tale predisposizione è destinata in maniera inevitabile a mutare.

Parimenti, in questi ultimi mesi condizionati dalla pandemia, la percezione della scienza da parte dell'opinione pubblica ha seguito un andamento piuttosto ondivago.

Inizialmente, la veloce e incontrollata propagazione del virus ha reso elettori ed eletti dipendenti dalle parole degli scienziati, dei medici, degli esperti, del Comitato Tecnico e Scientifico creato *ad hoc* in Italia per supportare il Dipartimento della Protezione Civile nell'adozione delle misure di prevenzione necessarie.

Da queste autorità sanitarie si pretendevano rapide e tempestive risposte rispetto ai meccanismi di diffusione e replicazione del virus, alle modalità di contagio, all'elaborazione di vaccini.

Nonostante gli sforzi posti in essere e gli enormi progressi portati avanti dal mondo medico-scientifico già nelle prime battute dell'emergenza pandemica, questa prima fase è stata succeduta da un secondo tempo caratterizzato da sfiducia e smarrimento: dalla pandemia al pandemonio il passo è stato molto breve.

All'origine di questo tumultuoso secondo tempo ci sono stati soprattutto numerosi *deficit* comunicativi: le ospitate televisive di virologi e immunologi erano all'ordine del giorno, e le loro dichiarazioni discordanti e contrarie hanno alimentato la sfiducia verso il generale personale medico e sanitario.

Dopo che il mondo della politica aveva monopolizzato per decenni i salotti televisivi dell'informazione generalista, si è all'improvviso visto spodestato da nuovi protagonisti pronti a narrare la catastrofe a reti unificate, medici la cui sovraesposizione mediatica non aveva mai avuto

precedenti fino a quel momento. La politica, da parte sua, ha comunque dimostrato di essere in grado di avvalersi di specialisti al fine di informare e orientare le proprie decisioni; ma in diversi casi li ha anche sfruttati come alibi o come paravento dietro al quale trincerarsi a fronte di scelte difficili o impopolari. Questa tendenza allo scaricabarile è stata riscontrata in diversi paesi, dove gli esponenti governativi affermavano a mo' di giustificazione di star "seguendo la scienza", quando piuttosto l'*input* proveniente da esperti e scienziati risultava in verità essere solamente uno dei fattori presi in considerazione.

In generale, determinate spiegazioni inadeguate, incoerenti e in larga parte non basate su evidenze empiriche - fornite però non solo dai medici ma anche dai politici – hanno contribuito a far emergere incertezze, paura e rabbia rispetto alla genesi, ai trattamenti e ai metodi di prevenzione del COVID-19.

Questo clima di dubbi e preoccupazioni è stato amplificato dal fatto che parte delle risposte cliniche e di salute pubblica al virus in questione non sono ancora disponibili o verificate *in toto*, rendendo il virus stesso particolarmente vulnerabile a una proliferazione di disinformazione e sfiducia medica, così come le convinzioni del complotto.

A fronte di queste considerazioni, viene spontaneo chiedersi di chi e come fidarsi nel corso di un'emergenza epidemiologica: si tratta di un quesito che si è riproposto più volte nel corso dei secoli, di pandemia in pandemia.

Il primo caso emblematico di pandemia che è possibile citare è senz'altro la peste di Atene: nel corso del conflitto tra Atene e Sparta nel V sec. a.C., superato il primo anno di battaglie, una malattia fino a quel momento sconosciuta diffuse morte e scompiglio per la città.

Si tratta di una pagina di storia a cui ci si avvicina oggi con una prospettiva diversa e non più distaccata rispetto al *pre-Covid*; tutto ciò che nell'era moderna sembrava lontano e protetto da solide barriere rispetto al passato (vaccini, antibiotici: il progresso medico) è diventato improvvisamente e drammaticamente vicino alla nostra realtà.

“Un tale contagio e una tale strage non erano avvenuti in nessun luogo a memoria d'uomo. Ché non bastavano a fronteggiarla neppure i medici, i quali, non conoscendo la natura del male, lo trattavano per la prima volta; anzi loro stessi morivano più degli altri, in quanto più degli altri si accostavano al malato, e nessun'altra arte umana bastava contro la pestilenza¹⁸”.

Tucidide racconta in questo modo il morbo che si abbatté sulla città di Atene tra il 430 e il 420 a.C.; le problematiche e le fatiche della scienza del tempo ci rievocano quelle della medicina contemporanea alle prese con l'epidemia di oggi.

¹⁸ Tucidide, Storie, II 47,3-53,4; trad. F. Ferrari

I tratti in comune sono molteplici: lo storico molto precisamente informa su come la peste si espanse in tutti i paesi affacciati sul Mediterraneo, il che per lo sguardo di un cittadino di allora equivaleva a rappresentare il mondo intero. Il contagio avvenne via mare, inteso come l'area di commercio privilegiata dell'epoca, e infatti il primo focolaio fu proprio il porto di Atene, il Pireo. Anche allora a fronteggiare il contagio c'erano in prima linea i medici dell'epoca, in un momento in cui grazie alla scuola di Ippocrate a Cos la medicina aveva vissuto uno sviluppo senza precedenti; tuttavia, l'unicità e la novità della patologia nella fattispecie rendevano questa sfida ancora più complicata¹⁹.

Un ulteriore minimo comune denominatore da prendere in considerazione è l'ossessiva ricerca di colpevoli, l'individuazione di un capro espiatorio condivisibile da tutti, la caccia all'untore di turno; tale necessità di veicolare la propria negatività verso qualcuno o qualcosa che funge allo stesso tempo da motore per le teorie della cospirazione.

Le teorie del complotto legate a un'epidemia non sono infatti una novità, anzi, esistono più o meno da sempre: è già nella Guerra del Peloponneso che Tucidide racconta di come “gli ateniesi nei giorni della peste credettero che fossero stati i nemici spartani a causare l'epidemia gettando veleno nei pozzi della città”²⁰.

Tuttavia, vi è una grande differenza: gli ateniesi non arrivarono mai a dividersi in fazioni e a distruggere il linguaggio e la morale comune, ma continuarono ad agire in modo coeso.

Come osserva lo storico della politica Ryan Balot gli ateniesi avevano sviluppato una solida fiducia sia orizzontale che verticale, condividendo una medesima concezione delle virtù democratiche²¹.

È proprio su questa fondamentale questione della fiducia che si consuma la più grande ed emblematica differenza con la pandemia di oggi, anche se rispetto al V secolo a.C. i passi in avanti sono stati estremamente rilevanti: la possibilità di accedere al sistema sanitario pubblico, la speranza della vaccinazione, un notevolmente inferiore numero di deceduti in rapporto alla popolazione.

Un altro precedente storico meritevole di attenzione e di confronto è sicuramente l'influenza spagnola, che si diffuse in tutto il mondo tra il 1918 e il 1919.

Anzitutto, è interessante rilevare come in questo specifico caso la velleità di trovare un responsabile da additare è evidente nella stessa denominazione che è stata comunemente riconosciuta a questa epidemia, suggerendo – per consuetudine o per ignoranza storica – un legame tra la stessa e la Spagna.

¹⁹ Per approfondire: <https://www.athenanova.it/blog/storia-greco-romana/epidemia-oggi-come-nel-430-ac/>

²⁰ Sgobba, A., (2020). *La società della fiducia*. Milano: Il Saggiatore.

²¹ Balot, R., “*Civic Trust in Thucydides's History*”. In: Thauer, C. and Wendt, C., (2016). *Thucydides and Political Order: Concepts of Order and History of the Peloponnesian War*. London: Palgrave Macmillan.

In realtà, l'origine di tale appellativo differisce dall'origine del morbo, che rimane ancora ignota al giorno d'oggi: quando la febbre si diffuse nel 1918, sul finire della Prima Guerra Mondiale, la Spagna era rimasta neutrale rispetto al conflitto in questione e dunque risultava essere uno dei pochi paesi dove la stampa non era soggetta a censura. La grande conseguenza di questa libertà di espressione fu la possibilità di permettere la circolazione di notizie sulla malattia solamente sul territorio spagnolo, il che bastò per diffondere l'erronea convinzione che il virus nascesse proprio da lì.

Come spiega l'autore de "L'influenza spagnola del 1918-1919" Francesco Cutolo *"Questi nomi spesso avevano un significato politico, perché la colpa dell'epidemia era scaricata sullo straniero o sul gruppo sociale più sgradito"*²². Questo approccio propagandistico e discriminatorio all'epidemia ha trovato anche al giorno d'oggi un seguito influente in tutti coloro che hanno strumentalizzato la genesi del COVID-19 enfatizzando il suo essere "straniero" e segnatamente "cinese".

Ad esempio, secondo il database del sito Factbase, l'ex Presidente degli Stati Uniti d'America Donald Trump solamente nei giorni intercorsi tra il 16 marzo e il 30 marzo 2020 ha utilizzato l'espressione "virus cinese" più di venti volte.

Le ragioni alla base di questa intenzionale imprecisione linguistica sono semplici: espressioni come "virus cinese", o "virus di Wuhan", personificano la minaccia epidemiologica. La personificazione è metaforica: l'obiettivo è aiutare i più a comprendere qualcosa di sconosciuto e astratto – come il virus – utilizzando termini familiari e noti – un luogo, una persona, una popolazione. In tal caso, l'aggettivo cinese risulta essere particolarmente problematico poiché associa in maniera esplicita l'infezione da Coronavirus a un'etnia; questo particolare esempio di *hate speech* alimenta l'ansia, il risentimento e la paura verso le persone associate all'etnia stessa.

Al di là di questa ideologica analogia, è inoltre interessante prendere in considerazione i seguenti aspetti.

In primo luogo, nel corso della "spagnola", prima che arrivasse un vaccino disponibile al grande pubblico i funzionari locali e nazionali scelsero di promuovere interventi non medicinali come l'isolamento, la quarantena, una buona igiene personale, l'uso di disinfettanti e la limitazione delle riunioni pubbliche per rallentare la diffusione della pandemia influenzale. In secondo luogo, proprio come oggi, le autorità di governo ordinarono ai cittadini di indossare maschere, chiudendo scuole, teatri e aziende. Infine, anche nel 1918/19, erano i più poveri e vulnerabili, spesso condannati a vivere in condizioni di affollamento, con mestieri poco retribuiti e nessun accesso all'assistenza sanitaria, ad essere molto più esposti alle infezioni e al rischio di perdere il proprio sostentamento –

²² Cutolo, F. and Bianchi, R., (2020). *L'influenza spagnola del 1918-1919*. Pistoia: I.S.R.Pt.

se non addirittura la vita.

Ciò nonostante, è necessario ricordare ad esempio come la pandemia del 1918 ebbe un andamento molto più graduale rispetto al COVID-19; il *discrimen* tra queste due differenti dinamiche di diffusione è senza dubbio il progresso della mobilità aerea, che ha inequivocabilmente contribuito ad una più rapida diffusione del contagio rispetto al ruolo che hanno invece avuto le linee navali e ferroviarie un secolo fa.

Inoltre, sono differenti le condizioni di vita e le tecnologie delle due pandemie; ad esempio, non esisteva l'Organizzazione Mondiale della Sanità, che ha senz'altro avuto il merito di coordinare a livello sovranazionale l'evoluzione della pandemia, o non c'era la possibilità di traslare le attività didattiche e lavorative in formato digitale. Parimenti, in assenza di *electronic devices* l'informazione governativa e/o scientifica trovava nelle principali radio o quotidiani un canale diretto e privilegiato per giungere ai cittadini, così come diretto e privilegiato era percepito il rapporto dei cittadini stessi con i propri leader o sovrani.

La crisi del Coronavirus ha dimostrato invece come i canali sono molteplici e la fiducia nel leader non è da dare per scontata o garantita in modo univoco, seppur in una situazione come questa in cui i governi chiedono di riporre la fiducia del popolo in loro come mai era stato fatto dai tempi della Seconda Guerra Mondiale. Una richiesta non circoscritta a un giorno o a una settimana, bensì per i mesi e gli anni a venire.

Per questo la comunicazione di crisi non è solo comunicare che c'è una crisi e un'azione per arginarla: richiede relazioni efficaci in tutto il sistema, perché ogni anello della catena detiene il bisogno di sentirsi sostenuto, informato e preparato.

A tal riguardo, è bene prendere come riferimento le indagini condotte da Belardinelli e Gili²³, con il fine di introdurre la figura dei cosiddetti mediatori della fiducia. Nel loro recente saggio, offrono una riflessione teorica sulle forme di fiducia e sulla possibile influenza esercitata da COVID-19, ritenendo come sia possibile distinguere tra di loro i diversi tipi di fiducia in funzione del destinatario dell'"aspettativa fiduciaria", dunque colui che viene considerato affidabile. Se pertanto la fiducia costituisce il fondamento di ciascun rapporto interpersonale e istituzionale, incrociando tali caratteri con quella che può essere la dimensione specifica o generalizzata della fiducia stessa è possibile ottenere quattro forme di fiducia: la fiducia interpersonale specifica, la fiducia interpersonale generalizzata, la fiducia istituzionale specifica e la fiducia sistemica²⁴.

²³ Belardinelli, S., Gili, G. (2020), 'Fidarsi. Cinque forme di fiducia alla prova del COVID-19', *Mediascapes Journal*, 15, pagina 81

²⁴ Per fiducia sistemica Belardinelli e Gili intendono quella forma di fiducia istituzionale che, invece di rivolgersi a istituzioni specifiche come la politica, la chiesa, i partiti politici, le organizzazioni non profit, ecc, considera la sfera istituzionale in modo generalizzato. Questa si riferisce sostanzialmente alla fiducia che ogni cittadino ripone nel funzionamento del sistema sociale nel suo complesso - come, ad esempio, la fiducia nel funzionamento del sistema stradale, dei segnali stradali, o la fiducia nell'adeguata manutenzione del trasporto pubblico, e così via.

	SPECIFICA	GENERALIZZATA
INTERPERSONALE	<i>fiducia interpersonale specifica</i>	<i>fiducia interpersonale generalizzata</i>
ISTITUZIONALE	<i>fiducia istituzionale specifica</i>	<i>fiducia sistemica (confidare)</i>

FONTE: rielaborazione mia dal saggio in nota di Belardinelli e Gili (2020).

Nell’opinione dei due sociologi, alle forme ivi presentate se ne può integrare una quinta, ovvero “la fiducia in coloro che verificano di chi si può avere fiducia” – per l’appunto, una sorta di “mediatori della fiducia”, figure indispensabili nell’attuale contesto di emergenza sanitaria, in cui come è stato possibile vedere finora non è semplice individuare di chi fidarsi, a chi affidarsi.

Nella presente trattazione il richiamo sarà nello specifico alla fiducia istituzionale.

Anzitutto, per “fiducia istituzionale specifica” si intende la fiducia diretta a particolari istituzioni e connessa alle impressioni che i cittadini possiedono delle istituzioni in questione.

Questo tipo di fiducia dipende da diverse determinanti, come per esempio gli obiettivi perseguiti dalle istituzioni stesse, la loro abilità nel soddisfare le esigenze dei cittadini, l’effettività del loro operato. Nel corso della pandemia, le istituzioni più “specificatamente” coinvolte sono stati gli ospedali, e, nel complesso, i sistemi sanitari di ciascuna regione.

Le strutture in questione sono state valutate durante l’emergenza funzionalmente alle diverse risposte che sono state in grado di dare, in un contesto inedito di tensione e saturazione dei posti disponibili. Gli sforzi di molti istituti ospedalieri in tutta Italia hanno riempito le pagine di giornali e telegiornali contestualmente all’aumento della curva dei contagi.

Basti pensare innanzitutto all’ospedale di Codogno, dove è stata scoperta la positività del “Paziente 1” il 21 febbraio 2020²⁵, al Sacco di Milano o al Giovanni XXIII di Bergamo: terapie intensive oberate, pronti soccorsi presi d’assalto. L’impatto del coronavirus è stato talmente tanto forte e inatteso da far emergere le lacune e le vulnerabilità anche dei sistemi regionali considerati più resistenti e organizzati. Pertanto, l’operato di molte di queste istituzioni si è rivelato essere sotto le aspettative, facendo diminuire la fiducia nei confronti delle stesse.

Per converso, quando si parla di fiducia sistemica, dunque di “confidare”, ci si riferisce invece alla fiducia nella facoltà di un dato sistema o istituzione – la magistratura, l’istruzione pubblica, il libero mercato – di operare come la popolazione si aspetta che operi. Chiaramente, anche qui non bisogna

²⁵ Per approfondire: <https://www.open.online/2020/02/21/coronavirus-primi-contagiato-in-lombardia-ricoverato-un-italiano-di-38-anni-a-codogno/>

sottovalutare la possibilità che vi sia un rilevante scarto tra le aspettative della popolazione e la realtà. Nel caso specifico della pandemia da Coronavirus, l'aspettativa basica comprendeva ad esempio la disponibilità di mascherine chirurgiche prima e di vaccini poi, opinioni uniformi da parte della comunità medica, posti letti liberi negli ospedali. La popolazione "confidava" dunque nel sistema sanitario e nel suo buon funzionamento; tuttavia, le aspettative di cui sopra sono adatte alla normalità, e non è possibile affermare altrettanto per situazioni eccezionali come una pandemia. Conseguentemente, in un contesto emergenziale la fiducia sistemica funziona molto di meno, poiché a funzionare di meno sono le istituzioni stesse. Il problema, emerso chiaramente in questo periodo drammatico, è che tale fiducia corrisponde a quel tipo di fiducia data per scontata, poiché è la fiducia tipica della normalità e di un contesto in cui tutto va come dovrebbe andare. Al sorgere di una circostanza che invece esula dall'ordinario, in cui i sistemi sono sottoposti a uno stress imprevedibile e non calcolato, le cose non vanno più come dovrebbero andare o come si dava per garantito che sarebbero andate. Da qui, l'esigenza innata e indispensabile di tornare a contare sulla "fiducia interpersonale" di cui sopra: non fidarsi più di chi appartiene al mondo della politica e della scienza, bensì di medici e infermieri, che diventano realisticamente coloro ai quali ci siamo affidati nella praticità del Coronavirus, e di tutti coloro che vengono considerati "mediatori della fiducia". Belardinelli e Gili si riferiscono a questa quinta forma di fiducia come a una "fiducia di secondo livello", poiché non ci si interroga più in maniera diretta se l'interlocutore è o meno degno di ricevere fiducia, dal momento in cui si tratta di affidarsi a un soggetto sociale o istituzionale che deve stabilire di chi fidarsi. In tempi di pandemia e di conseguenti carenze fiduciarie, tale tipo di fiducia indiretta, in un mondo diverso e interconnesso rispetto alla peste di Tucidide o all'influenza spagnola di un secolo fa, diventa fondamentale.

Questi mediatori possono essere categorizzati in tre diverse tipologie, poiché possono essere esperti e specialisti (nella fattispecie, virologi e infettivologi), istituzioni e organizzazioni (una su tutte in questo periodo è l'Organizzazione Mondiale della Sanità) e ordini e associazioni professionali (come l'Ordine dei Medici). Tuttavia, per quanto l'affidamento ai mediatori possa implicare una considerevole riduzione dell'incertezza, tale strategia non può però dirsi risolutiva: ciò accade perché gli esperti divergono spesso tra loro nelle valutazioni di incidenti, sfide, pericoli e soluzioni potenziali. Il fatto che suggerissero diagnosi e metodi di prevenzione completamente diversi, passando da una totale sottovalutazione del pericolo a una visione assolutamente ansiogena, ha portato a gran parte dell'inefficacia e dei ritardi nell'affrontare la crisi epidemiologica.

Ci sono stati poi diversi casi in vari contesti nazionali, ma il più eclatante a livello internazionale è stato sicuramente l'accusa mossa ai vertici dell'Organizzazione Mondiale della Sanità di aver

rilasciato l'allarme globale sul Coronavirus con svariate settimane di ritardo poiché messi "sotto torchio" dal governo cinese²⁶.

Alla luce di ciò, il ventaglio di opzioni disponibili tra varie e spesso contrastanti "opinioni di esperti" non ha potuto contare su alcuna prova indiscutibile, per cui la scelta di chi fidarsi è stata inevitabilmente rimessa al relativismo delle opinioni, delle preferenze o del personalismo. Dunque, anche la credibilità del sapere esperto non ha permesso di ancorare la fiducia collettiva a un rapporto capace di offrire un porto sicuro nell'attuale incertezza, poiché trattasi di una fiducia che deve essere continuamente negoziata e conquistata.

Dunque, ritornando al discorso iniziale del paragrafo, i mediatori della fiducia in questo contesto di emergenza pandemica hanno e hanno avuto un ruolo peculiare e discutibile che ha portato a non poche criticità. Oltre alla precedentemente citata sovraesposizione mediatica di virologi e immunologi che ha reso labile il confine tra i pareri degli esperti e le chiacchiere da salotto televisivo, un'ulteriore criticità da prendere in considerazione concerne l'immagine della scienza così come è apparsa dai dibattiti che si sono susseguiti in questi mesi, e la conseguente politicizzazione della stessa. Diventa ancora più difficile capire di chi fidarsi durante una pandemia se i ruoli e le opinioni di politici e scienziati si incontrano e si scontrano fino a confondersi e confondere, soprattutto quando le tematiche messe all'ordine del giorno hanno ricadute su una popolazione intera. Difatti, non vi è scienza alcuna che possa dire con certezza cosa fare e come comportarsi in date circostanze, anche perché rispetto molte scelte politiche - per essere accettate validamente e democraticamente dalla popolazione in quanto prima destinataria - l'assenso degli "esperti" conta quanto quello dei "profani". Inoltre, non è possibile dare per scontato che misure imposte dal governo siano efficaci ed effettive solo perché suggerite dagli esperti in questione.

1.3 I rischi della sfiducia verso le istituzioni per le istituzioni

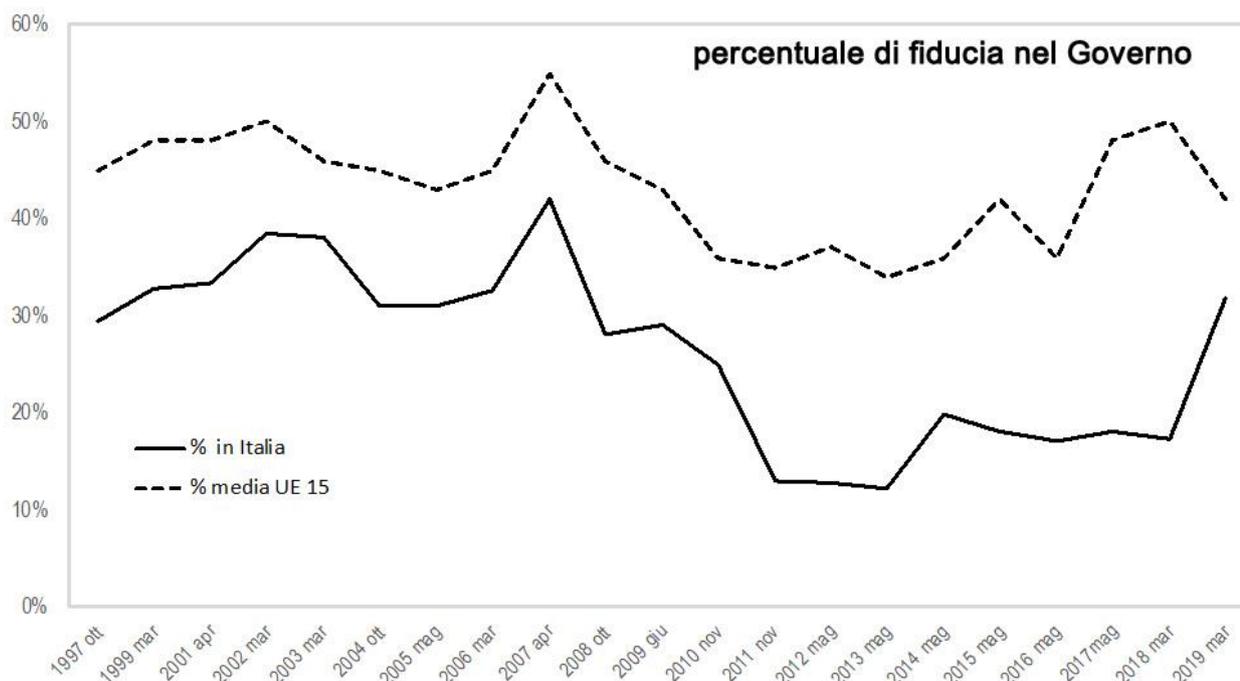
Tirando le somme di quanto ribadito fin qui, se la fiducia verso le istituzioni è letta da molti sociologi e scienziati politici come il fondamento dell'efficienza delle istituzioni e della stabilità della partecipazione politica, è possibile altresì affermare come l'Italia rappresenti allo stesso tempo da sempre un caso emblematico di sfiducia nei confronti della politica stessa.

Già nella prima grande analisi internazionale a riguardo, pubblicata da Almond e Verba nel 1963 all'interno del loro volume "The Civic Culture", i due studiosi americani notavano come "gli italiani tendono a vedere l'amministrazione e la politica come forze minacciose e imprevedibili, e non come istituzioni sociali su cui poter incidere".

²⁶ Per approfondire: <https://www.ilpost.it/2020/04/26/oms-accuse-gestione-epidemia-coronavirus/>

Sebbene dal 1963 a oggi il sistema politico e partitico italiano sia sostanzialmente e strutturalmente cambiato, le indagini dei più conosciuti e accreditati centri di ricerca internazionali non fanno che confermare tuttora l’immutabilità della considerazione di cui sopra, dunque la complessiva insoddisfazione dei cittadini del Bel Paese rispetto alle sue istituzioni.

Difatti, le analisi di Eurobarometro²⁷ mostrano proprio tale tendenza; nella seguente figura è presa in considerazione la fiducia verso il governo italiano dal 1997 al 2019, confrontata rispetto all’Europa dei quindici²⁸.



Fonte: elaborazione su dati Eurobarometro.

A partire dal grafico ivi presentato, è possibile estrapolare due interessanti considerazioni.

Da una parte, l’insufficienza di fiducia dei cittadini italiani nel proprio governo è palesemente maggiore rispetto agli altri paesi presi in considerazione.

Dall’altra, invece, nei trentadue anni presi in esame l’andamento della fiducia in Italia segue un interessante dinamismo. Innanzitutto, l’analisi comincia a partire dal 1997 e pertanto non rileva la significativa capitolazione della fiducia verso la classe politica inevitabilmente legata al periodo di

²⁷ Eurobarometro è una serie di sondaggi paneuropei multitematici intrapresi per la Commissione europea dal 1970, che coprono una serie di issues differenti, come gli atteggiamenti verso l’integrazione europea, le politiche, le istituzioni, le condizioni sociali, la salute, la cultura, l’economia, la cittadinanza, la sicurezza, la tecnologia dell’informazione, l’ambiente.

²⁸ Per “Europa dei 15” si intendono i 15 Stati Membri dal 1 di gennaio del 1995 al 30 aprile 2004: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Paesi Bassi, Portogallo, Regno Unito, Spagna, Svezia.

Tangentopoli²⁹. L'analisi comincia subito con alti e bassi, indicando un livello di fiducia nel governo fino al 2008 che pur non scendendo mai sotto alla quota del 30% si mantiene comunque nettamente inferiore rispetto alla media dell'Europa dei 15. Dopodiché, la crisi finanziaria del 2008 – che ha colpito più duramente l'Italia dall'estate 2011 in poi – ha portato a un sensibile aumento della sfiducia proseguito fino al 2019, anno in cui l'Italia recupera diversi punti percentuali. Questo trend positivo è proseguito anche per le prime settimane della fase 1 della pandemia, anche se tale iniziale gradimento diffuso verso il governo italiano non si è poi trasformato in un orientamento duraturo, complice anche l'imprevedibilità rispetto alla situazione e alla sua potenziale durata.

Difatti, da un giorno all'altro, il mondo sociale è improvvisamente cambiato, e con esso, in una certa misura, anche l'ambiente naturale e biologico. Le *routine* da sempre date per scontate sono improvvisamente venute meno e le dinamiche sociali che sono emerse con l'isolamento sembrano aver ribaltato alcuni assunti sociopsicologici che fino a questo momento erano quasi da considerarsi “ovvi”, come per esempio la teoria prossemica di E.T. Hall³⁰. Le distanze interpersonali sono state imposte per legge in una misura direttamente proporzionale alla vicinanza relazionale delle persone coinvolte, a partire dai cosiddetti “congiunti”. Nella quotidianità della vita di tutti i giorni la vicinanza con gli altri è ora da commisurare alla disponibilità di una persona a permettere ad un'altra di accedere alla sua bolla spaziale, e si tratta dunque di distanze che inevitabilmente si riferiscono anche al grado di confidenza/fiducia che ogni persona ha nei confronti delle altre persone. Ad ogni incontro è diventato necessario chiedersi quindi a quanti metri ci si debba mantenere, come salutare gli altri, come avvicinarsi nei modi ordinari di interagire.

In altre parole, le persone hanno dovuto riformulare da zero i significati dei segni tradizionalmente usati nelle relazioni interpersonali traducendo in pratica le nuove regole di indicazione trasmesse sui mass media da scienziati e politici. Infatti, i provvedimenti presi per istituire i lockdown più severi e

²⁹ Il termine Tangentopoli è stato coniato dai media italiani per descrivere inizialmente la rete di corruzione che caratterizzava la scena politica e imprenditoriale della città di Milano, per poi più generalmente definire lo scardinamento del sistema partitico italiano che ha interessato il biennio 1992-1994 a fronte del crollo dei grandi partiti ideologici della seconda metà del secolo scorso, segnando il cosiddetto passaggio dalla Prima alla Seconda Repubblica. Lo scardinamento in questione ebbe inizio nel febbraio 1992 quando Mario Chiesa, membro del Partito Socialista Italiano (PSI), venne arrestato con il sospetto di aver accettato una tangente. Nonostante il PSI avesse subito sconfessato le affermazioni e l'operato di Chiesa, sostenendo che avesse agito come un lupo solitario senza rappresentare il partito, Chiesa si vendicò spargendo il fango sul sistema politico nel suo complesso. Le sue rivelazioni portarono alla luce una rete di relazioni corrotte tra partiti politici, affari e criminalità organizzata, e provocarono un'indagine giudiziaria nota come Mani pulite, dimostrando che quello che stava accadendo non era un evento isolato confinato nella capitale meneghina, bensì un collaudato e assodato sistema di corruzione politica a livello nazionale.

³⁰ La prossemica è una branca della semiotica che concerne l'uso all'interno delle diverse culture delle distanze e dello spazio in funzione dell'interazione comunicativa interpersonale. L'assunto di base di tali analisi, condotte in particolare dall'antropologo E.T. Hall, è che la distanza relazionale tra le persone ha una correlazione con la distanza fisica tra di esse. Conformemente a ciò, è possibile distinguere quattro differenti tipologie di zone: la distanza intima (0-45 cm), la distanza personale (45-120 cm) quando si è tra amici, la distanza sociale (1-2-3-4-5 metri) per la comunicazione tra conoscenti o il rapporto insegnante-allievo, infine la distanza pubblica (oltre i 3-4-5 metri) per le pubbliche relazioni.

le misure di allerta annesse e connesse sono, se esaminati da vicino, interventi effettuati sulle basi fiduciarie su cui si basano buona parte delle nostre relazioni primarie, comunitarie e sistemiche. Oltre ad essere un elemento intrinseco in qualsiasi relazione interpersonale, come è stato possibile analizzare fin qui la fiducia è un atteggiamento che svolge un'importante funzione nella società nel suo complesso. Su questo tema specifico, le istituzioni non hanno tuttora trovato il modo di sviluppare una consapevolezza ponderata, anche perché le dinamiche di fiducia sono date per scontate nella vita quotidiana e perché in questa situazione straordinaria le istituzioni sono state costrette a prendere decisioni sotto la pressione di un'emergenza: decisioni che per tali ragioni si sono spesso rivelate affrettate, contraddittorie, inadeguate.

Molti studi hanno infatti indagato i cambiamenti intercorsi tra l'inizio della serrata e il proseguire dell'emergenza, rispetto alle scelte degli eletti e alla fiducia nei loro confronti da parte degli elettori. Ad esempio, uno studio del professore dell'Università di Verona Sandro Stanzani³¹ analizza nello specifico l'indice di fiducia nel popolo italiano rispetto alla serrata iniziata il 10 marzo 2020 e durata fino al 3 maggio 2020, per un periodo di 55 giorni. In questa analisi vengono utilizzati i dati di due gruppi campionari di 1.000 cittadini intervistati in due periodi diversi nel tempo (novembre 2017, aprile 2020) al fine di osservare se, in tale intervallo, vi fossero evidenze di modificazioni nei livelli di fiducia interpersonale generalizzata e di fiducia nelle varie tipologie di istituzioni³², nell'ipotesi che l'incidenza del confinamento sociale imposto dalle istituzioni politiche possa aver avuto un effetto su eventuali variazioni. Funzionalmente ai dati ottenuti, arrivati alla fine del confinamento, il livello di fiducia era cresciuto rispetto all'indagine di due anni prima. In particolare, come possiamo vedere nella tabella 1, il 33,5% degli intervistati si trovava al livello alto dell'indice di fiducia nel 2020 contro il 25,2% del 2017.

LIVELLI 2020

2017

³¹ Traduzione mia da: Stanzani, S. (2020). Trust and Civic Engagement in the Italian COVID-19 Lockdown. *Italian Sociological Review*, 10, pp. 917-935

³² La prima rilevazione è avvenuta nel 2017, dal 16 al 21 novembre, su un campione di 1.000 casi, ai quali è stato somministrato un questionario con sistema CAWI (Computer Assisted Web Interview). L'indagine è stata realizzata dall'ente di ricerca italiano Swg, che ha a disposizione un panel di circa 60.000 nominativi registrati, profilati dalla società di ricerca riproducendo la stratificazione della popolazione nazionale secondo le principali variabili socio-demografiche (sesso, età, area macro-geografica di residenza). Da questo insieme è stato estratto, con metodo casuale, il campione per la prima indagine. La seconda indagine è stata condotta dal 24 al 30 aprile 2020 e si è conclusa solo pochi giorni prima della fine della fase di blocco causata da COVID-19. Dei 1.000 intervistati coinvolti nella prima fase, 724 (cioè il 71,6%) hanno risposto alla seconda indagine. A questo campione sono stati aggiunti 287 casi come sostituzioni (fresh sample) per ottenere la stessa distribuzione territoriale per età e sesso del campione della prima indagine. Le due "ondate" della ricerca sono state progettate da un gruppo di ricercatori delle Università di Verona e Padova.

		%	N	%	N
FIDUCIA INTERPERSONALE	Basso	29.8		38.7	
	Medio	36.7	1011	36.1	1000
	Alto	33.5		25.2	
FIDUCIA NELLE ISTITUZIONI	Basso	40.2		29.8	
	Medio	27.3	1011	27.1	1000
	Alto	32.5		43.1	
IMPEGNO CIVICO	Basso	31.9		51.2	
	Medio	31.6	1011	24.7	1000
	Alto	36.5		24.1	
INTERESSE PER LA POLITICA	Basso	40.4		37.5	
	Medio	38.0	1011	29.3	1000
	Alto	21.7		33.2	

Fonte: Traduzione mia da Stanzani (2020). Livelli di fiducia, impegno civico e interesse nella politica confrontando i sondaggi del 2017 e del 2020.

È dunque possibile, alla luce di tali dati, formulare l'ipotesi che il periodo di reclusione risulti essere una variabile che ha influenzato e contribuito ad aumentare la fiducia interpersonale generalizzata in quel dato momento di pandemia. L'obbligo di mantenere la distanza tendenzialmente dovrebbe generare una sorta di paura dell'estraneo, visto come una potenziale fonte di infezione; al contrario, i dati sembrano smentire una tale prospettiva e puntano verso l'idea che il confinamento abbia prodotto l'effetto opposto, idea altresì corroborata da considerazioni teoriche. Infatti, durante la prima fase della pandemia, si sono levate voci da parte di intellettuali e uomini di cultura che sottolineavano come la malattia evidenziasse una comune, universale appartenenza degli individui al genere umano: il coronavirus ci ha messo tutti sulla stessa barca, e anche Papa Francesco ha fatto più volte riferimento a tale metafora in occasione della preghiera globale per la fine della pandemia. La tabella, dunque, conferma ciò che è stato teoricamente presunto da più parti: il fatto che la comune condizione di pericolo in cui gli individui si sono trovati abbia agito come meccanismo generatore di un atteggiamento di solidarietà sociale, che potrebbe spiegare gli eventi emersi tra la popolazione: tra le altre cose, i numerosi *flash-mob* e gli atti di solidarietà come il volontariato e le donazioni alle istituzioni pubbliche, in particolare alle istituzioni sanitarie.

Per converso, durante il periodo analizzato, la media dei valori di fiducia è diminuita in tutte le

istituzioni in esame³³, senza eccezione, anche quelle meglio considerate come le organizzazioni non profit. In effetti, pare che l'aumento del rischio e dell'isolamento abbia fatto sì che la rilevanza delle dimensioni istituzionali sia diminuita mentre come visto sopra la fiducia di base negli altri in generale, considerati come individui, è aumentata. L'altro generalizzato, meno frequentemente incontrato quando si è confinati in casa, ha visto aumentare l'affidabilità, mentre le istituzioni, sulle quali i media ci hanno tenuto informati, hanno subito un calo di consenso; vengono giudicate meno affidabili di fronte ai rischi e alle difficoltà soggettive che emergono a causa della vulnerabilità individuale al contagio. Questa impressione di minore affidabilità delle istituzioni sembra essere confermata anche dall'informazione relativa all'interesse per la politica, i cui valori medi sono scesi nell'intervallo di tempo dal 2017 al 2020, passando dal 33,2% al 21,7% nel livello alto dell'indice.

Conclusione

Concludendo, nei prossimi mesi, man mano che la crisi si svilupperà e nuovi programmi politici saranno attuati a livello internazionale, ci verranno presentate maggiori opportunità per fare luce sulla ricerca sulla fiducia. Ciò richiede tuttora e richiederà dati adeguati. I ricercatori e le organizzazioni di finanziamento dovrebbero cercare di avviare studi di gruppo per monitorare gli stessi individui nel tempo, dovrebbero essere compiuti sforzi anche per ampliare le fonti di dati e i metodi di raccolta utilizzati. La ricerca con metodi misti che combini l'ampiezza dei dati dell'indagine con analisi qualitative approfondite, con le difficoltà presentate dalle misure di blocco e allontanamento sociale dovrebbe essere condotta, ad esempio, utilizzando le tecnologie digitali. Infine, ci sono molte ipotesi nella ricerca sulla fiducia che finora non sono state studiate durante la crisi. Ad esempio, l'argomento secondo cui la fiducia influisce sulle preferenze politiche attraverso la rilevanza o l'attribuzione di colpa (ad esempio Hetherington e Rudolph, 2008, 2015) potrebbe essere ben esplorato nel contesto attuale.

Deve essere dato valore analitico alla fiducia perché la fiducia sarà fondamentale per uscire dalla crisi attuale: dopo la crisi, i governi dovranno ricostruire la fiducia in quello che con molte probabilità sarà un panorama politico molto diverso sia a livello nazionale che internazionale. Comprendere le dinamiche della fiducia, come questa facilita e ostacola le risposte politiche e anche i probabili effetti di queste risposte sulla fiducia, saranno questioni fondamentali nella ricerca politica e sulla fiducia in futuro. Inoltre, la crisi fornisce un test delle teorie chiave nella letteratura sulla fiducia, un test più esogeno rispetto ad altre variabili comuni o crisi precedenti.

Naturalmente, nella presente trattazione non è stato possibile prendere in considerazione tutte le

³³ Lo studio di Stanzani ha preso in considerazione nei sondaggi i corpi pubblici, le imprese, la Chiesa, il settore terziario, i partiti politici e i sindacati.

diverse implicazioni e sfaccettature del tema nella situazione emergenziale attuale; tuttavia, è quantomeno necessaria una revisione generale dell'argomento poiché la ricerca in questo settore prolifererà e fare un bilancio precoce dei risultati, dei limiti e delle strade promettenti può aiutare a guidare il lavoro futuro.

Al momento, l'impatto della crisi causata dal Coronavirus sulla fiducia degli eletti verso gli elettori si è dimostrata ampiamente coerente con la letteratura preesistente sulla fiducia, ad esempio, mostrando come la fiducia sia associata a una maggiore conformità con le misure politiche. Ci sono stati però anche alcuni risultati potenzialmente contrastanti, presi in considerazione nei paragrafi precedenti: ad esempio, mentre la fiducia è associata a tassi di mortalità più bassi, è anche correlata alla successiva adozione di misure restrittive di *lockdown*. Infine, gli studi mostrano anche come la fiducia sia aumentata considerevolmente all'inizio del *lockdown* stesso nei diversi paesi, con la fiducia istituzionale che alimentava la fiducia sociale, ma che tuttavia l'esposizione diretta al COVID-19 così come l'esposizione continuativa nel tempo alle misure restrittive ha ridotto la fiducia nelle autorità politiche.

La fiducia può quindi aiutare a comprendere il comportamento dei cittadini - come la conformità - sebbene l'unicità della situazione sollevi un'annosa questione: se la letteratura esistente sia rilevante o se la pandemia renda del tutto la relazione tra i cittadini e lo stato in un nuovo territorio.

Questa è una domanda impegnativa a cui non sarà facile rispondere e implica capire se la fiducia è ancora un solido predittore di altri atteggiamenti e comportamenti anche tenendo conto di spiegazioni alternative come la percezione della minaccia, l'impatto economico e il licenziamento di massa dei dipendenti da parte del governo, o esperienza personale di COVID-19.

Infine, è importante che questi dibattiti non siano puramente accademici, sia in senso letterale che metaforico. Questi dibattiti dovrebbero avere conseguenze reali sul modo in cui la politica viene formulata e attuata. Sebbene la prima priorità dovrebbe essere la salute pubblica, cercare di attuare una politica non realistica non aiuterà: i ricercatori dovrebbero fare del loro meglio per alimentare il processo decisionale. È difatti un'ovvietà che i livelli di fiducia tra gli individui siano profondamente importanti, che ci sono variazioni identificabili nei livelli di fiducia auto-riferiti da individuo a individuo, così come da luogo a luogo e da cultura a cultura. Eppure, tale presa di coscienza non è sufficiente; se la fiducia è il collante determinante nel rapporto tra i cittadini e la classe politica, deve essere maggiormente indagata e coltivata negli anni a venire a prescindere da situazioni emergenziali ma tenendo comunque conto dei cambiamenti sostanziali portati da queste ultime e più generalmente dalla rivoluzione digitale. Difatti, oramai nessuno è più portato a credere che i cosiddetti *big data* abbiano apportato una "big trust"; maggiore trasparenza e condivisione vogliono sicuramente dire maggiori informazioni, eppure maggiori informazioni non equivalgono a

dire più fiducia. Contrariamente, maggiori sono le notizie e i dati a portata di *click* e maggiori saranno la confusione e il disorientamento. Da qui, la sfiducia: che come trattato nel prossimo capitolo, in un peculiare contesto di “infodemia”, non può che aumentare.

II CAPITOLO

L'INFODEMIA

Introduzione

Nel corso dell'emergenza causata dal COVID-19, i governi e le popolazioni stanno combattendo non solamente una pandemia, ma anche un'*infodemia* in co-evoluzione – laddove per infodemia si intende la diffusione rapida e ampia di informazioni di dubbia qualità.

È stata proprio l'Organizzazione Mondiale della Sanità a definire con tale termine la condizione di “sovrabbondanza di informazioni – alcune accurate e altre no – che rende difficile per le persone trovare fonti e indicazioni affidabili quando ne hanno bisogno”³⁴.

Difatti, il peculiare contesto del Coronavirus ha inevitabilmente comportato la necessità per il cittadino di essere rassicurato, dunque di conoscere ed essere informato. Davanti a questa necessità non è stato semplice dare risposta al bisogno informativo in questione, rapidamente contrastato da una cacofonia di voci istituzionali³⁵ e di narrazioni giornalistiche contrastanti e drammatizzate³⁶.

La recente esplosione della produzione di informazioni decentralizzate e condivise pubblicamente che caratterizza le società digitali e in particolare l'attività dei social media, fornisce un laboratorio eccezionale per l'osservazione e lo studio di dinamiche sociali complesse al fine di comprendere, testare e convalidare possibili soluzioni a future crisi su larga scala nell'era digitale. Infatti, le pandemie sono un esempio di tali crisi, e l'attuale epidemia di COVID-19 può quindi essere pensata come un esperimento naturale per osservare le risposte sociali a una grande minaccia che può degenerare in modi catastrofici ed è già riuscita a influenzare seriamente i livelli di attività economica e ad alterare radicalmente i comportamenti sociali umani in tutto il mondo.

La pandemia ha invero ampiamente dimostrato come l'attività di comunicazione umana sia caratterizzata dalla produzione di *rumore informativo*³⁷ e persino di informazioni fuorvianti o false. Tutto ciò genera ondate di notizie e dati inaffidabili e mediocri, con impatti potenzialmente pericolosi sulle capacità della società di rispondere in modo proattivo rispetto all'emergenza sanitaria, adottando rapidamente quelle norme e quei comportamenti che possono effettivamente

³⁴ Redazione Cultura (2020). Che cosa significa infodemia, la malattia che secondo l'Oms fa più male del Coronavirus. *Fanpage* [online]. Disponibile da: <https://www.fanpage.it/cultura/che-cosa-significa-infodemia-la-malattia-che-secondo-loms-fa-piu-male-del-coronavirus/> [Consultato il 25 marzo 2021]

³⁵ Lovari, A. (2020). Spreading (dis)trust. Covid-19 misinformation and government intervention in Italy. *Media and Communication*. 8(2), 458–461

³⁶ Pedroni, M. (2020). Narrazioni virali. Decostruire (e ricostruire) il racconto dell'emergenza coronavirus. *Mediascapes journal*, 15, 24-43

³⁷ In psicologia e semiotica per “rumore informativo” si intende un disturbo provocato dall'eccesso di informazioni, al punto da non permettere di individuare o riconoscere nemmeno gli elementi potenzialmente utili.

contenere la propagazione della pandemia.

Pertanto, da un lato ci troviamo di fronte ad una minaccia pandemica, che si è diffusa in assenza di preve terapie efficaci comportando dunque grandi sforzi in tutto il mondo al fine di modellare e anticipare il corso temporale della sua diffusione.

Dall'altro lato, è possibile parlare invece di una minaccia infodemica, che prolifera quando fonti d'informazione credibili non riescono a catturare l'attenzione e la fiducia di alcune parti della popolazione, per le quali fonti alternative di bassa qualità sono più attraenti in quanto catturano maggiormente l'attenzione sociale, corrispondono meglio alle credenze o ai pregiudizi dei cittadini o suonano più convincenti, grazie ai loro messaggi tipicamente diretti. Questo perché l'attrattiva delle informazioni fuorvianti e/o manipolative si fonda su meccanismi psicologici semplici e persuasivi; senz'altro, più i cittadini sono attratti da siffatte informazioni, più allora il propagarsi dell'infodemia diventa inarrestabile.

Analogamente alle epidemie, le infodemie potrebbero dunque essere pensate come veri e propri focolai di false voci e notizie inaffidabili con effetti inaspettati sulle dinamiche sociali, che possono contribuire ad aumentare sostanzialmente la diffusione epidemica. Pertanto, alla stessa stregua delle epidemie, le infodemie richiedono interventi politici adeguati.

Già nel corso del 2020 molte piattaforme fornitrici di servizi digitali (Google, Facebook, Twitter) hanno dimostrato una grande responsabilizzazione nel combattere la disinformazione legata al virus, anche se tuttavia l'ammontare totale di contenuti generati online da miliardi di persone rende realisticamente impossibile un controllo esaustivo di *fact-checking* degli stessi.

È per questo che gli sforzi delle piattaforme devono essere accompagnati da un'iniziativa formativa da parte delle istituzioni, soprattutto quelle sanitarie.

Infatti, nonostante l'esperienza delle pandemie precedenti e i rapporti sulla preparazione alle pandemie, la maggior parte dei paesi deve ancora lottare per prevenire e gestire le emergenze di salute pubblica. Una componente chiave di un'efficace risposta alle pandemie è da sempre la comunicazione tra governi, professionisti della salute, scienziati, media e pubblico.

Nel caso attuale, la pandemia COVID-19 ha incoraggiato una nuova fase di condivisione in tempo reale, *peer-to-peer*. I dati riguardanti le malattie e i focolai vengono comunicati attraverso molteplici canali, da Twitter a Telegram passando per Reddit e Facebook, fornendo una visione della salute globale che è fondamentalmente diversa da quella fornita dalle tradizionali organizzazioni di salute pubblica.

Nel presente capitolo, verranno dunque trattate le modalità poste in essere di comunicazione pubblica della salute in un contesto tanto pandemico quanto "infodemico".

2.1 L'infodemia in Italia

In primis, l'Italia non è stata immune dall'infodemia da COVID-19.

Secondo i dati relativi ai soli post pubblici monitorati dalle piattaforme Media Cloud e Crowdtangle nei primi mesi dell'emergenza sanitaria, già il 18 marzo 2020 il 70% di tutti gli articoli italiani riguardava il virus, così come su Facebook tra il 30 gennaio e il 3 maggio del medesimo anno erano stati pubblicati oltre 2 milioni e 700mila post in italiano circa tale argomento. Uno studio della società di consulenza Edelman ha invece rilevato come l'Italia fosse la nazione con il più alto tasso di cittadini (58%) che consultavano ogni giorno notizie e informazioni sul coronavirus, mentre invece secondo i *report* dell'AGCOM la percentuale di disinformazione è aumentata dal 5% di gennaio al 46% di fine marzo, raggiungendo così livelli preoccupanti.

Si tratta senza dubbio di dati allarmanti, a maggior ragione se si riflette su come gran parte delle informazioni inesatte o erranee sul COVID-19 siano state messe in circolazione dagli stessi cittadini se non addirittura da personalità del mondo della politica.

Ad esempio, la BBC³⁸ in un servizio dell'aprile 2020 ha smontato le informazioni false diffuse da diversi politici, e tra questi, figura anche il *leader* della Lega Matteo Salvini, accusato al minuto 1.40 di aver postato sui suoi profili social un video che – sulla base di nessuna evidenza scientifica – alludeva alla creazione in un laboratorio cinese del SARS-CoV-2. Il medesimo video è stato condiviso anche dalla leader di Fratelli d'Italia Giorgia Meloni³⁹.

Passando al versante opposto dell'arena politica, anche la comunicazione di esponenti del Partito Democratico si è rivelata estremamente fuorviante, soprattutto in un momento critico come quello rappresentato dai giorni precedenti il *lockdown*: il 27 febbraio 2020 il sindaco di Milano Beppe Sala lanciava l'hashtag #milanononsiferma⁴⁰, e il medesimo giorno il governatore della regione Lazio Nicola Zingaretti raccoglieva l'appello e si faceva ritrarre sorridente a un aperitivo nella sopraccitata città⁴¹. Salvo poi ritrovarsi in un breve arco di tempo a ritrattare: Zingaretti risulterà positivo al coronavirus nel giro di pochi giorni dall'aperitivo in questione⁴² e dopo neanche un mese dal video-lancio di #milanononsiferma lo stesso Sala dichiarerà sulle pagine di Repubblica di essersi pentito

³⁸ Morris, C. (2020). False coronavirus claims by politicians debunked. *BBC News* [online]. Disponibile da: <https://www.bbc.com/news/av/52299689> [Consultato il 30 marzo 2021]

³⁹ Per approfondire: <https://www.bufale.net/giorgia-meloni-pubblica-sbagliando-il-video-del-coronavirus-creato-in-laboratorio-critiche-dai-fan/>

⁴⁰ Per approfondire: <https://www.ansa.it/lombardia/notizie/2020/02/27/coronavirus-milano-non-si-ferma-lo-spot-del-sindaco-b857b411-c60d-4edc-a0fe-ec2c2c9ffe68.html>

⁴¹ Per approfondire: https://www.repubblica.it/politica/2020/02/27/news/coronavirus_zingaretti_contro_il_panico-249718891/?ref=RHPPTP-BH-I249675643-C8-P1-S3.3-T2

⁴² Per approfondire: <https://www.iltempo.it/cronache/2020/03/07/news/nicola-zingaretti-lazio-positivo-coronavirus-sto-bene-regione-lazio-partito-democratico-aperitivo-milano-instagram-1291978/>

per la sua iniziale sottovalutazione del pericolo⁴³.

Alla luce di questi esempi, è possibile constatare come messaggi di questo tipo – condivisi da personalità politiche di considerevole notorietà e esasperati dai media tradizionali – acquisiscono poi una considerevole risonanza *online* e *offline*, trasformandosi in contenuti a tutti gli effetti virali che incrementano la confusione e la precarietà in cittadini già destabilizzati dall'incidenza del virus⁴⁴.

Pertanto, la diffusione di informazioni scorrette sul COVID-19 è tuttora un problema mondiale, che l'Italia – più di altri paesi – ha dovuto fronteggiare in uno scenario di complessiva sfiducia nei confronti delle istituzioni, come trattato nel precedente capitolo.

A causa delle criticità legate alla “comunicazione pubblica della salute”, alla limitata concertazione tra livello centrale e regionale e alla scarsa rilevanza della comunicazione istituzionale nei rapporti tra istituzioni e popolazione, si è andato consolidando un retroterra favorevole al propagarsi dell'infodemia.

Al di là del coinvolgimento del mondo della politica, in questo terreno fertile anche la comunità scientifica è stata vista al medesimo tempo come contadino e spaventapasseri. Contestualmente al diffondersi dell'emergenza sanitaria, la comunicazione scientifica si è infatti rivolta anche ai non specialisti, uscendo dagli ambiti strettamente tecnici in cui era da sempre relegata per introdurre nel dibattito pubblico le tematiche legate alla ricerca sul COVID-19.

Tuttavia, proprio come per l'infodemia, tale situazione si è andata configurando come un'arma a doppio taglio. Infatti, se da un lato rendere il grande pubblico consapevole dei risultati scientifici ha delle ripercussioni indubbiamente positive, dall'altro può però portare ad una banalizzazione se non addirittura al discredito della scienza e degli scienziati; un esempio su tutti è senza dubbio rappresentato dalla questione dei vaccini.

Il nocciolo della questione è dunque il seguente: finché la comunicazione circola all'interno della comunità scientifica, questa ha regole e metodi per la verificabilità e il confronto delle relative tesi e dei risultati scientifici - dalle procedure di *peer-review* per le pubblicazioni su riviste scientifiche accreditate al metodo scientifico accompagnato dalla conseguente riproducibilità, alla pratica della ritrattazione. Quando invece i risultati della ricerca sono apposti nell'arena del dibattito pubblico, non sono mancate e non mancano le relative strumentalizzazioni e politicizzazioni.

⁴³ Per approfondire:

https://rep.repubblica.it/pwa/intervista/2020/03/24/news/sala_se_ho_sbagliato_nei_primi_giorni_ora_sono_qui_a_lottare_e_dobbiamo_rinascere_-252124936/

⁴⁴ Lovari, A., Righetti, N. (2020). La comunicazione pubblica della salute tra infodemia e fake news: il ruolo della pagina Facebook del Ministero della Salute nella sfida social al Covid-19. *Mediascapes Journal*, 15

La questione non è esente da insidie, anzi: le *fake news* scientifiche costituiscono un pericolo ancora maggiore poiché il cittadino medio non possiede le competenze e gli strumenti necessari atti a sviluppare una propria opinione a riguardo.

Gli aspetti problematici che ruotano attorno alla disinformazione scientifica sono molteplici, e tra questi è possibile citare i "disaccordi epistemici" tra gli stessi scienziati.

La comunicazione istituzionale deve quindi necessariamente farsi carico di esporre i dati scientifici con le F.A.Q. più frequenti, soprattutto per evitare possibili manipolazioni così come la diffusione di fake news, in una situazione in cui l'infodemia si caratterizza a tutti gli effetti come una pandemia mediatica che viaggia parallelamente alla diffusione del Coronavirus creando inconvenienti ulteriori.

Complessivamente, è possibile dire che l'emergenza epidemiologica risultante dalla diffusione del Covid-19 ha esasperato molti degli argomenti che hanno coinvolto il dibattito pubblico negli ultimi anni. Segnatamente, tra questi rientrano senza dubbio la comunicazione e l'informazione nelle loro diverse forme.

Come è stato possibile rilevare sin dall'inizio dell'esplosione della crisi, modelli non corretti di narrazione sono in grado di produrre danni potenzialmente eguali alla crisi stessa.

Le politiche di comunicazione, infatti, veicolando determinati contenuti e minandone altri, hanno inevitabilmente condizionato la risposta sociale e collettiva alla diffusione del virus.

In siffatto contesto, l'*overload* di informazioni costituisce già di per sé sintomo di un disordine informativo: nel corso dei momenti più drammatici della pandemia, la maggior parte delle informazioni veicolate ha senza dubbio prodotto disorientamento e panico. Ad esempio, basti pensare alle immagini su telegiornali e *social* italiani di svariati supermercati con gli scaffali vuoti, e alle conseguenti ondate di paura che hanno ingenerato nell'immaginario collettivo, inducendo a comportamenti ingiustificati come il fare incetta di un determinato prodotto nonostante non sussistesse il reale pericolo di esaurimento dello stesso.

Inoltre, è bene prendere in considerazione anche il grado di comprensibilità delle informazioni. A tal proposito i professori dell'Università di Bologna Nicola Grandi e Alex Piovan affermano in un articolo pubblicato su *Parliamone Ora*⁴⁵: "Nel giro di tre giorni, tra l'8 e l'11 marzo, sono stati emanati tre d.p.c.m.. L'indice di leggibilità media dei tre decreti è molto basso, attorno al 38%"⁴⁶.

Non dissimile è il livello di accessibilità dei comunicati presenti sul sito del Ministero della salute e

⁴⁵ Per approfondire: <http://www.parliamoneora.it/2020/04/05/i-pericoli-dellinfodemia-la-comunicazione-ai-tempi-del-coronavirus-2/>

⁴⁶ Secondo quanto emerso dai risultati di un laboratorio organizzato nell'ambito dell'insegnamento di sociolinguistica dei corsi di laurea in Lettere e scienze della comunicazione dell'Università di Bologna, poi pubblicati sulla rivista di approfondimento culturale e politico *Micromega*.

dell'Istituto superiore di sanità.”.

I due studiosi spiegano come tale scarsa leggibilità dipenda dall'uso di vocaboli non diffusi come “assembramento” o “dispnea”, dalla formulazione di periodi complessi che implicano l'uso ripetuto della forma passiva. In conseguenza a ciò, gli scritti redatti dalle autorità istituzionali relativamente al Coronavirus risultano del tutto comprensibili soltanto a chi possiede quantomeno un titolo di laurea. Ebbene, osservando che appena il 33,2% degli italiani tra i 25 e i 64 anni è laureato⁴⁷, è semplice intuire la circoscritta efficacia comunicativa di tali interventi istituzionali. I due esperti, inoltre, hanno a questo riguardo constatato la presenza di un rapporto di causalità diretta tra la scarsa leggibilità della comunicazione istituzionale e il rischio di infodemia, che va a ledere proprio chi fa difficoltà ad avere accesso ai canali ufficiali di comunicazione, che sono per converso lo strumento primario per accertarsi dell'autenticità di una notizia. Ciò avviene perché, come volevasi dimostrare, la rapidità a cui viaggiano le notizie ostacola in maniera significativa la gestione dell'emergenza, poiché pregiudica l'opportunità di divulgare istruzioni precise e univoche al fine di assicurarsi un *modus operandi* omogeneo da parte della società civile.

Al contrario, invece, fonti come i *post* sui *social network* dei politici presentano valori di accessibilità ben più elevati: la struttura stessa di tali mezzi di comunicazione implica infatti l'impiego di uno stile di fatto meno ricercato, di un vocabolario meno tecnico, di una sintassi meno prolissa e complicata. Lo scarto tra i documenti ufficiali e le comunicazioni ufficiose risulta poi in un'amplificazione della circospezione e del sospetto nei confronti delle sedi legittime della comunicazione istituzionale, che porta dunque a una tacita legittimazione dei *social* come contenitori privilegiati da parte della popolazione - nonostante siano proprio tali contenitori ad attirare le insidie più pericolose.

Concludendo, l'attuale crisi sanitaria è stata, è, e finché durerà sarà caratterizzata da un eccesso di informazioni che hanno dunque generato smarrimento e talvolta anche comportamenti sbagliati: se da una parte la pluralità di informazioni è pensata per arricchire il dibattito pubblico, dall'altro lato questo eccesso ha senza dubbio portato a numerosi svantaggi.

Per tali ragioni, l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha voluto enfatizzare tale concetto sin dai primi momenti di panico provocati dalla pandemia, proprio per dimostrare come probabilmente il più grande pericolo per la società globale nell'era digitale sia la distorsione della realtà causata dal sovrapporsi di echi e commenti della *community* globale riguardo fatti non solo reali ma anche inventati.

⁴⁷ Istituto Nazionale di Statistica [ISTAT], (2019). Livelli di istruzione e ritorni occupazionali. Disponibile da: <https://www.istat.it/it/files/2020/07/Livelli-di-istruzione-e-ritorni-occupazionali.pdf>

Purtroppo, l'eccessiva democratizzazione della conoscenza, dell'accesso alle informazioni e dell'eccesso di informazioni che coesistono nel web, possono produrre manipolazioni che sono estremamente dannose per la salute della nostra stessa democrazia⁴⁸.

⁴⁸ Passaglia, P., (2020). Fake news e fake democracy: una convergenza da scongiurare. *federalismi.it*, 11

2.2 Le vie istituzionali per combatterla

Nella società iper-comunicativa di oggi, che è soprattutto il risultato dello svilupparsi delle nuove tecnologie, il tema della verità nella sfera politica è divenuto centrale; da qui, il diritto a essere informati in maniera corretta e dunque veritiera. Come è risaputo, il diritto in questione non è espressamente riconosciuto nella Costituzione italiana, ma può essere implicitamente considerato, insieme al diritto alla cronaca, un diritto pubblico soggettivo ricadente nella base concettuale dell'art. 21.

La comunicazione e l'informazione, congiuntamente alla necessità di verità e trasparenza, hanno pertanto giocato e stanno tuttora giocando un ruolo fondamentale nell'attuale emergenza da COVID-19: la precedentemente citata infodemia e il disordine informativo, che già di per sé costituiscono delle alterazioni e deviazioni dell'ecologia di un sano dibattito pubblico, hanno reso la gestione della crisi ancora più complessa.

Una crisi di queste dimensioni, infatti, richiede un circuito informativo che permetta la trasmissione di messaggi chiari e inequivocabili ai cittadini anche per garantire l'assunzione di quei comportamenti che rispettino le regole prudenziali raccomandate dalla normativa emergenziale. Mai come in questo caso si è infatti percepito quanto la dimensione individuale del diritto alla salute fosse strettamente legata a quella collettiva e come il mancato rispetto delle misure imposte dal governo non rimanesse nella sfera individuale ma fosse destinato a ripercuotersi inevitabilmente sugli altri.

Tale dimensione collettiva si è riflessa anche nelle fonti della comunicazione di questi mesi: accanto alla comunicazione istituzionale vi è la comunicazione dei professionisti del settore, segnatamente dei giornalisti, così come degli esperti del mondo scientifico, e infine la comunicazione di tutti quei soggetti che entrano nel circuito della comunicazione inviando foto, video, messaggi che si propagano, anche grazie alla spinta alla condivisione.

Di fronte a questo bombardamento di notizie, il cittadino medio non sempre è in grado di orientarsi e discernere tra quelle affidabili e quelle fuorvianti.

Né a livello nazionale, né a livello sovranazionale, sono state adottate nuove modalità di regolamentazione rispetto al problema della disinformazione online; tuttavia, è possibile affermare come la pandemia da Coronavirus abbia prodotto un notevole interesse sul tema da parte delle istituzioni tanto italiane quanto europee, che in tutti i rispettivi siti istituzionali hanno inserito delle sezioni speciali dedicate alla questione.

A titolo di esempio, nel quadro italiano sono paradigmatici i casi del Ministero della Salute, dell'Istituto Superiore di Sanità e dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

Parimenti, a livello sovranazionale ed europeo, è bene prendere in considerazione il ruolo svolto

dalla Commissione Europea.

Da ultimo, seguendo invece una prospettiva più internazionale, il riferimento sarà all'Organizzazione Mondiale della Sanità.

Innanzitutto, prima di entrare nel merito dell'azione italiana nella lotta all'infodemia, è opportuno osservare come tale obiettivo sia emerso dai primi momenti di pandemia.

Segnatamente, emblematica fu senz'altro già a fine marzo 2020 l'azione del Comitato parlamentare per la sicurezza della Repubblica (COPASIR), che denunciò direttamente al governo una campagna di *fake news* in circolazione sul Coronavirus⁴⁹. L'importante conseguenza fu, con decreto del 4 aprile 2020, l'istituzione da parte del Sottosegretario all'informazione e all'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri di una *task force* volta a valutare la questione e a raccomandare poi un intervento istituzionale opportuno, ovvero l'“Unità di monitoraggio per il contrasto della diffusione di *fake news* relative al COVID-19 sul web e sui social network”⁵⁰, che si raccorda con i ministeri, l'AGCOM e la Protezione Civile.

Successivamente, il 26 maggio 2020, il COPASIR ha votato e pubblicato il rapporto⁵¹ redatto dal membro del comitato e deputato PD Enrico Borghi. Dal rapporto in questione è possibile evincere in maniera dettagliata come vi fosse da parte di terzi l'intenzione esplicita di destabilizzare il dibattito pubblico italiano rispetto a tematiche chiave come l'origine e la diffusione del contagio, attraverso l'utilizzo di tecniche volte a rendere virali le *fake news* a riguardo (profili falsi, ricondivisione di post Facebook fuorvianti, *web-site* esteri che diffondono notizie non verificate)⁵². Denunciando tale attività infodemica - rispetto alla quale l'Italia si andava a configurare come un *target* esplicito - il COPASIR ha voluto poi ben sottolineare come “rispetto al tema della pandemia, il *sentiment* si presenta in prevalente accezione neutrale (circa 50%) e negativa (circa il 40%), evidenziando quindi una polarizzazione del dibattito sulla sfiducia collettiva nei confronti dell'evoluzione della situazione di emergenza sanitaria e delle possibili misure economiche oggetto di attuale confronto politico in sede nazionale e comunitaria”.

Il problema della polarizzazione viene quindi messo in luce dal COPASIR stesso e si configura così come una delle ripercussioni più drammatiche di questa sfiducia causata dall'infodemia: la

⁴⁹ Per approfondire: https://www.repubblica.it/politica/2020/05/26/news/coronavirus_fake_news_copasir-257678671/

⁵⁰ L'Unità in questione è stata purtroppo criticata da più voci e bollata come “Ministero delle verità”; in particolare, nel mese di aprile è diventato virale il video-critica del regista italiano Massimo Mazzucco (https://www.youtube.com/watch?v=C_phj3OFmzk). Vedi anche: <https://www.fronteampio.it/il-governo-istituisce-il-ministero-della-verita/>.

⁵¹ Disponibile da:

https://www.repubblica.it/politica/2020/05/27/news/la_relazione_del_copasir_sulle_fake_news_diffuse_sul_coronavirus-257697429/

⁵² Per approfondire: <http://www.rainews.it/dl/rainews/articoli/allarme-del-Copasir-contro-il-nostro-Paese-fake-news-virali-su-epidemia-di-coronavirus-6fe475b0-e465-4507-9917-6da21785e9ec.html>

pandemia ha infatti rafforzato le divisioni partigiane già esistenti, mettendo così ulteriormente a dura prova le istituzioni democratiche. I leader nazionali hanno risposto alla pandemia non cercando di colmare le divisioni di lunga data, ma piuttosto raddoppiando l'uso della polarizzazione come strategia base di governo. Senza dubbio, il Coronavirus ha fornito un nuovo pretesto per attaccare i nemici stranieri, i media e qualsiasi altro tipo di capro espiatorio. Negli Stati Uniti, come verrà approfondito nel terzo e ultimo capitolo, l'ex presidente Donald Trump ha ad esempio costruito la sua narrazione del COVID-19 attorno ai suoi bersagli preferiti, dai media *mainstream* alla Cina e alle autorità scientifiche.

Tuttavia, aumentare la polarizzazione in mezzo a un'emergenza sanitaria nazionale ha pericolose conseguenze a breve termine per la sicurezza pubblica, oltre che a lungo termine da un punto di vista politico-istituzionale. Le accese divisioni partigiane mettono a rischio la salute pubblica ostacolando una risposta efficace alla crisi. La retorica divisiva di *leader* non solo come Trump ma anche come Bolsonaro mina l'unità sociale e la solidarietà necessarie per convincere le popolazioni ad accettare i sacrifici del distanziamento sociale.

Per tali ragioni, fonti istituzionali credibili e omogenee rappresentano uno degli imprescindibili presupposti di una comunicazione della salute unitaria e non divisiva.

Passando quindi nello specifico ai canali ministeriali italiani, il primo compito del Ministero della Salute è stato di collaborare con i principali *browser* nel tentativo di convogliare e indirizzare le ricerche online sul COVID-19 alle pagine ufficiali delle istituzioni sanitarie competenti a livello nazionale, sovranazionale e internazionale.

Lo stesso sito web del Ministero⁵³ ha offerto e tuttora offre un'informazione capillare che riguarda non solo i dati aggiornati sulla situazione epidemiologica in Italia e nel resto del mondo, ma anche le segnalazioni di *fake news*, le linee guida sulle regole da seguire, gli aggiornamenti sulle normative di emergenza.

In un clima estremamente delicato, il Ministero si è dunque prodigato per ricoprire una posizione determinante da un punto di vista comunicativo e mitigare i flussi infodemici veicolati dai *media*; quest'ultimo obiettivo è stato rincorso sia attraverso il sito istituzionale che per il tramite dei profili *social*. Specialmente, sul sito è stata sviluppata una sezione appositamente destinata al coronavirus, al cui interno è possibile trovare una parte mirata a contenere la diffusione di *fake news*⁵⁴.

Nella pagina in questione, vengono confutate circa cinquanta notizie false sul virus, divulgate online nei primi mesi della pandemia. Tale iniziativa ha avuto il merito di elevare il problema delle *fake news* a problema pubblico, dimostrando un interesse attivo delle autorità ministeriali nel

⁵³ Vedi: <https://www.salute.gov.it/portale/home.html>

⁵⁴ Per approfondire: <http://www.salute.gov.it/portale/nuovocoronavirus/archivioFakeNewsNuovoCoronavirus.jsp>

risolverlo.

In merito all'azione portata invece avanti attraverso i propri profili *social*, il Ministero della Salute si è anzitutto distinto grazie alla sua pagina Facebook, essenziale nella missione di arginare l'infodemia: basti pensare che nel periodo dal 30 gennaio al 3 maggio è aumentata notevolmente la frequenza di pubblicazione (per un ammontare complessivo di 459 post) e il numero di *like* è accresciuto del 714,2% (arrivando da 61.558 a 501.203)⁵⁵.

I dati nella fattispecie dimostrano chiaramente come i cittadini-utenti necessitassero una fonte istituzionale attendibile e valida, trovata per l'appunto nella pagina ministeriale che si è inevitabilmente trasformata in una pagina "tematica", votata alla quasi esclusiva comunicazione dell'emergenza, sacrificando dunque gli argomenti abituali di riferimento. Se da un lato un simile stravolgimento degli obiettivi della pagina porta a riflettere su quale potrà essere il futuro dei profili *social* del Ministero della Salute a pandemia terminata, dall'altro lato è indubbia la centralità del Ministero in questione per la comunicazione istituzionale durante il coronavirus in tutte le sue forme. Difatti, il Ministero ha anche realizzato diverse campagne di comunicazione *ad hoc*; segnatamente, le più rilevanti sono sicuramente state le campagne legate all'*hashtag* #iorestoacasa e da ultimo gli spot sui vaccini anti-Covid girati dal regista italiano Premio Oscar Gabriele Tornatore. Per quanto concerne l'*hashtag* #iorestoacasa, molti personaggi pubblici - non solamente politici ma anche artisti e celebrità - hanno scelto di diffonderlo attraverso le proprie pagine *social*.

Questo progetto comunicativo era nato per sostenere le misure contro l'epidemia in Italia - a seguito del Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 9 marzo 2020 - e per sostenere il *fund-raising* destinato alla Protezione Civile italiana, attraverso una donazione deducibile dalle tasse per l'acquisto di nuove attrezzature mediche. Sul sito www.iorestoacasa.it erano infatti disponibili sei diverse opzioni per donare una quantità di denaro che può variare dai 5 euro fino ai 200, e le donazioni sono gestite interamente da Save The Planet Onlus, che garantiva il trasferimento del denaro direttamente al Dipartimento della Protezione Civile Italiana. Inoltre, nel portale sopracitato è possibile utilizzare una *chatbot* per avere maggiori informazioni sul virus e sulla propria salute, così come si può anche utilizzare una sezione dedicata per creare contenuti *social* con l'*hashtag* ufficiale per diffondere il messaggio #IoRestoACasa.

Al successo dell'iniziativa hanno contribuito soprattutto numerosi personaggi del mondo dello spettacolo, come il conduttore Rosario Fiorello⁵⁶, l'*influencer* Chiara Ferragni⁵⁷, il cantante

⁵⁵ Lovari, A., Righetti, N. (2020). La comunicazione pubblica della salute tra infodemia e fake news: il ruolo della pagina Facebook del Ministero della Salute nella sfida social al Covid-19. *Mediascapes Journal*, 15, p. 161

⁵⁶ Per approfondire: <https://www.youtube.com/watch?v=zoWpyLQFyZA>

⁵⁷ Per approfondire: <https://www.instagram.com/p/B9b8Qt6qAgl/>

Jovanotti⁵⁸.

Video promozionali sono stati poi trasmessi sulle reti Rai⁵⁹ al fine di evidenziare la dedizione e la volontà della popolazione di seguire nei drammatici momenti del *lockdown* la più importante delle raccomandazioni governative, ovvero il non uscire dalla propria abitazione. L'obiettivo implicito della campagna è stato proprio quello di rafforzare il sentimento di unità nazionale, così come espresso più esplicitamente in numerosi interventi da parte della Presidenza del Consiglio.

Per quanto concerne invece i più recenti spot anti-Covid, come precedentemente anticipato il Ministero della Salute si è affidato al regista Gabriele Tornatore, scelto dal Commissario per l'emergenza Coronavirus Domenico Arcuri per sensibilizzare la popolazione alla campagna di vaccinazione contro il virus. Le colonne sonore degli spot sono altresì state realizzate da un altro artista italiano meritevole del premio Oscar, il musicista Nicola Piovani: nelle parole di Tornatore, "L'idea era di evitare la dimensione didascalica, informativa e didattica, puntando sul concetto di trasmettere una riflessione attraverso un clima emotivo"⁶⁰.

Attraverso tali progetti il Ministero ha pertanto scelto e cercato di avvicinarsi in maniera diretta, semplice ed efficace alla popolazione. Un approccio simile è stato parimenti seguito dall'Istituto Superiore di Sanità; l'ISS ha anzitutto sviluppato un sistema di sorveglianza integrato che, sulla base dei dati trasmessi dalle varie regioni, elabora ogni giorno un'infografica - i cui dati vengono poi acquisiti e validati dall'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT). L'ISTAT fornisce un quadro della diffusione del virus nel tempo e nello spazio e delle caratteristiche dei soggetti infettati.

Sempre sul portale istituzionale dell'ISS⁶¹ è stata aperta una sezione speciale dedicata al contrasto delle bufale e a quelle più diffuse e alle loro smentite, oltre alla sezione di F.A.Q. volte a chiarire i dubbi più frequenti dei cittadini sulle modalità di trasmissione e di prevenzione.

Probabilmente, però, uno dei contributi più rilevanti dell'Istituto al fine di veicolare le giuste informazioni sul COVID-19 è dato dai rapporti "ISS COVID-19" elaborati dai ricercatori dei Gruppi di Lavoro COVID ISS e pubblicati periodicamente sul sito dell'Istituto⁶². Questi rapporti sono in primo luogo destinati al personale sanitario, ma una lettura degli stessi è senza dubbio da considerarsi come integrativa ed esplicativa dei decreti ministeriali, rispetto ai quali vengono infatti spesso inseriti come allegati. L'obiettivo è chiaramente quello di fornire un supporto operativo valido, chiaro e comprensibile per la gestione del virus, al fine di ridurre la confusione e indirizzare non solo i lavoratori ma anche i cittadini a un *modus operandi* univoco e omogeneo.

⁵⁸ Per approfondire: <https://www.youtube.com/watch?v=3snj23nLGFM&feature=youtu.be>,

⁵⁹ Per approfondire: <https://youtu.be/A5deJdGHZyc>

⁶⁰ Redazione (2021). Il Ministero della salute promuove spot sui vaccini anti Covid: Tornatore è il regista. Globalist Syndication [Online]. Disponibile da: <https://www.globalist.it/video/2021/01/18/il-ministero-della-salute-promuove-spot-sui-vaccini-anti-covid-tornatore-e-il-regista-2072402.html>. [Consultato il 13 marzo 2021]

⁶¹ Per approfondire: <https://www.epicentro.iss.it/coronavirus/>

⁶² Per approfondire: <https://www.iss.it/rapporti-covid-19>

Un ulteriore attore fondamentale votato allo scopo si è rivelato essere senza dubbio l'AGCOM (Autorità Garante delle Comunicazioni), che ha mosso i primi passi contro l'infodemia già nel mese di aprile, attraverso la pubblicazione di due rapporti sulla disinformazione focalizzati sull'emergenza COVID-19⁶³, di considerevole rilevanza al fine di ottenere una panoramica della situazione in Italia. Ad esempio, i dati rivelano come a gennaio e febbraio 2020 l'incidenza di *fake news* sul coronavirus occupava un 5% del totale dei contenuti falsi diffusi nel web. Già nel corso del primo mese di emergenza, dunque marzo, questa percentuale si è sensibilmente intensificata raggiungendo il 46%⁶⁴. Dal rapporto in esame, emerge altresì un ulteriore elemento allarmante: la maggior parte della società civile, aspramente colpita dalla crisi sanitaria e economica, ha aumentato in maniera esponenziale la ricerca di informazioni aggiornate sulla pandemia. In conseguenza a ciò, i cittadini sono diventati ancor più vulnerabili rispetto a attori digitali avversi, che tendono dunque ad abusare dell'instabile situazione sociopsicologica emersa dalla situazione in atto.

Al di là poi della teoria approfondita nei suddetti rapporti, al fine di passare alla pratica l'AGCOM ha altresì scelto di istituire un tavolo permanente, il "Tavolo delle Piattaforme digitali Big Data"⁶⁵, un progetto pilota volto a combattere la disinformazione durante la pandemia.

Il progetto in questione, congiuntamente ad ulteriori documenti a riguardo che sono stati emanati, esprime la netta posizione dell'AGCOM sull'importanza e la valenza di informazioni corrette in periodo di emergenza. Per questo motivo, infatti, l'Autorità ha per esempio esortato i servizi medialiaudiovisivi e radiofonici a garantire un'efficace copertura informativa riguardo il Coronavirus, avvalendosi del contributo di professionisti nel campo medico e scientifico che potessero assicurare agli spettatori italiani notizie accertate. Parallelamente, ha avanzato ai servizi in questione anche l'invito a intraprendere iniziative opportune per arginare la dispersione di informazioni legate alla pandemia inesatte, trasmesse da fonti non scientificamente confermate se non addirittura false.

Nel caso italiano, dunque, la mancanza di una leadership politica efficace nel regolamentare tale tema della disinformazione si è inevitabilmente sommata al silenzio del legislatore, che non ha infatti provato a disciplinare l'attività *on-line* delle piattaforme digitali e delle principali forze politiche. In siffatto contesto, l'AGCOM è risultato essere il principale protagonista nella lotta all'infodemia; privo del potere legislativo, ha sfruttato e sfrutta tuttora il proprio potere regolamentare e sanzionatorio nei settori che gli competono, con il merito di aver interpretato le normative attuali e redatto linee guida che seppur non vincolanti hanno sicuramente invitato i

⁶³ Per approfondire: <https://www.agcom.it/osservatorio-sulla-disinformazione-online>

⁶⁴ Dati AGCOM (2020), Osservatorio sulla disinformazione online – speciale coronavirus, 1/20 e 2/20

⁶⁵ Per approfondire: https://www.ilsole24ore.com/art/agcom-via-tavoli-contro-l-emergenza-coronavirus-AD99LpF?refresh_ce=1

cittadini a comportamenti più etici e tipici del giornalismo tradizionale, nel veicolare informazioni in rete.

Passando poi ad un livello sopranazionale, proprio come nel caso nazionale anche la regolazione europea ha anzitutto dimostrato di mantenere un certo grado di continuità con il periodo antecedente alla pandemia.

Nello specifico, la Commissione Europea ha lavorato e sta tuttora lavorando per implementare una serie di azioni chiare e complete per affrontare la diffusione e l'impatto della disinformazione online in Europa, considerata come un effettivo pericolo per i sistemi democratici. Tale missione è stata chiaramente rilanciata con ancora più enfasi in concomitanza al diffondersi della qui trattata infodemia.

Il grande problema della disinformazione è che, come precedentemente accennato, erode la fiducia nelle istituzioni e nei *media* digitali e tradizionali danneggiando così le nostre democrazie e ostacolando la capacità dei cittadini di prendere decisioni informate. Può polarizzare i dibattiti, creare o approfondire le tensioni nella società e minare i sistemi elettorali, così come avere un impatto più ampio sulla sicurezza europea. Inoltre, un'informazione scorretta compromette la libertà di opinione e di espressione, un diritto fondamentale sancito dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea.

La Commissione Europea, nel quadro della sua azione di prevenzione e lotta contro l'infodemia in questione, ha scelto dunque di consolidare e potenziare le misure preesistenti volte a contrastare la disinformazione online, con i medesimi obiettivi di:

1. Rendere le piattaforme digitali online più consapevoli e responsabili per il tramite di strumenti di auto-regolazione.
2. Supportare campagne di fact checking e di valutazione della veridicità delle notizie.
3. Incoraggiare e sostenere l'alfabetizzazione digitale e mediatica del popolo dell'Unione Europea⁶⁶.

Tali finalità, soprattutto in riferimento alla diffusione di *fake news*, erano già state riassunte nel 2018 attraverso il Piano di azione contro la disinformazione. Il documento nella fattispecie rispose alla richiesta del Consiglio europeo di misure volte a proteggere i sistemi democratici dell'Unione e combattere la disinformazione, stabilendo azioni che la Commissione e l'Alto rappresentante, con

⁶⁶ Barbieri, M., (2020). L'infodemia del COVID-19: la regolazione europea e italiana contro la disinformazione online durante l'emergenza coronavirus. Osservatorio AIR. Disponibile da: https://www.osservatorioair.it/wp-content/uploads/2020/05/OsservatorioAIR_COVID-19_RegolazioneDisinform_3giugno2020.pdf

l'assistenza del Servizio Europeo per l'Azione Esterna, devono intraprendere in cooperazione con gli Stati membri e il Parlamento dell'Unione Europea.

Nel corso dello stesso anno, e con le stesse intenzioni, si era altresì scelto di sancire a livello istituzionale la collaborazione diretta tra la Commissione e diversi *social media*, attraverso il Codice di pratiche contro la disinformazione. Il Codice stabilisce una serie di norme di autoregolamentazione a livello mondiale per combattere la disinformazione, ed è stato firmato dai principali *social network*, dagli inserzionisti e dall'industria pubblicitaria nell'ottobre 2018. Tra i primi firmatari è possibile citare Facebook, Twitter, Mozilla, Google; nel 2019 si è aggiunto Microsoft e nel 2020 TikTok. Microsoft ha aderito al codice nel maggio 2019. TikTok ha invece aderito al codice nel giugno 2020⁶⁷.

Tali multinazionali hanno da subito presentato tabelle di marcia dettagliate per agire in 5 aree (interrompere le entrate pubblicitarie di alcuni account e siti *web* che diffondono disinformazione; rendere più trasparente la pubblicità politica; affrontare la questione degli account falsi e dei *bot online*; dare ai consumatori la possibilità di segnalare la disinformazione e di accedere a diverse fonti di notizie, migliorando la visibilità e la reperibilità di contenuti autorevoli; consentire alle *online community* di monitorare la disinformazione online attraverso l'accesso ai dati delle piattaforme nel rispetto della *privacy*) e ad oggi Commissione sta valutando l'efficacia del Codice, stabilendo in virtù della situazione attuale un rafforzamento dello stesso: i firmatari del Codice continuano a produrre relazioni periodiche come parte del programma di monitoraggio e di reporting con un *focus* specifico sul COVID-19.

Oltre a ciò, il 30 marzo 2020 la Commissione ha ideato una pagina *ad hoc* votata alla lotta alla disinformazione legata al Coronavirus, nel contesto di un più ampio tentativo europeo di rispondere all'emergenza pandemica. L'intento della pagina in questione è di garantire ai cittadini europei un canale informativo ufficiale dell'UE, per orientarli verso informazioni valide e fidate, ottenute da fonti credibili e attendibili⁶⁸.

Ad esempio, vengono ivi indicati i portali ufficiali delle autorità sanitarie dei Paesi membri dell'Unione così come dell'OECD e dell'OMS, e analogamente vengono fornite ai cittadini risorse informative legate a questioni chiave come l'origine del virus, le attività poste in essere dall'UE, le modalità di prevenzione. Questa importante azione della Commissione si avvale dell'imprescindibile collaborazione del sopracitato Servizio Europeo per l'Azione Esterna, nato nel 2011 per rendere la politica estera dell'unione più coerente e efficace⁶⁹.

⁶⁷ Per approfondire: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/tackling-online-disinformation>

⁶⁸ Per approfondire: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response_it

⁶⁹ Per approfondire: https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/eeas_en

Questo obiettivo è diventato ancor più rilevante dall'inizio della scorsa estate, quando Bruxelles ha ufficialmente lanciato l'allarme sulla disinformazione legata alla pandemia: la vicepresidente della Commissione Europea Vera Jourava aveva infatti affermato come "La pandemia di COVID-19 è stata accompagnata da un'infodemia senza precedenti", facendo leva su quanto le campagne di *fake news* non fossero pericolose solo per la salute pubblica ma anche per il loro minare la fiducia nei governi e nei *media*⁷⁰.

Pertanto, la creazione e lo sviluppo degli strumenti finanzia elencati è legata alla consapevolezza che l'esposizione dei cittadini alla disinformazione su larga scala, comprese le informazioni fuorvianti o del tutto false, costituisce una grande sfida per l'Europa. La lotta alla disinformazione nell'era dei *social media* e delle piattaforme online deve essere uno sforzo coordinato che coinvolga tutti gli attori interessati, dalle istituzioni alle piattaforme sociali, dai media ai singoli utenti, per allargarsi dagli Stati Membri fino al mondo intero.

Analizzando infine un esempio internazionale, sarebbe pleonastico prendere in considerazione tutto ciò che l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha fatto e continua a fare in questo contesto emergenziale. Pertanto, in questa sede si vuole esclusivamente far riferimento all'innovativa scelta *social* che è stata posta in essere dall'OMS. Infatti, un importante aspetto da prendere in considerazione relativamente alla proliferazione mediatica di questi ultimi anni, concerne l'infinito ventaglio di piattaforme di *social networking* che è possibile riscontrare all'interno della Network Society. Pensando limitativamente alla comunicazione istituzionale svolta sui *social media*, il riferimento del cittadino medio va alla tradizionale triade composta da Twitter, Facebook e Instagram.

Tuttavia, in una situazione di emergenza pandemica, il *target* si allarga fino ad inglobare la maggior parte della popolazione: chiunque ha bisogno di informazioni, di risposte, di aggiornamenti.

Dunque, in un'ottica come questa che inevitabilmente racchiude anche gli adolescenti, è tanto opportuno quanto necessario riadattare i propri canali comunicativi soprattutto laddove il rischio che si diffondano informazioni erranee è elevato.

Senza ombra di dubbio, nel 2020 il miglior modo per connettersi con i *millennials* è andarli a cercare nelle piattaforme dove passano le loro giornate, e qui la triade cambia: Snapchat, Youtube, TikTok. A tal proposito, è quindi interessante rilevare come già agli albori della pandemia, l'OMS abbia aperto un profilo TikTok, svolgendo un importante ruolo di apripista in quanto poi seguita da svariati Ministeri della Salute (come il Ministero della salute thailandese e quello argentino).

Nel video inaugurale del 28 febbraio, la responsabile tecnica dell'OMS per la prevenzione e il controllo delle infezioni Benedetta Allegranzi, spiega i diversi meccanismi per prevenire la

⁷⁰ Per approfondire: <https://www.dw.com/en/eu-takes-action-against-fake-news/a-55056541>

diffusione del coronavirus⁷¹. Allegranzi mostra ai giovani *tiktokers* quello che è il protocollo standard di prevenzione: consiglia di lavarsi frequentemente le mani con prodotti a base alcolica o acqua e sapone, di utilizzare l'avambraccio e il gomito per coprirsi il viso quando si starnutisce e tossisce, di mantenere il distanziamento sociale e di informare gli operatori sanitari a fronte della comparsa di sintomi che caratterizzano il virus stesso.

L'obiettivo dell'OMS è stato chiaramente di iniziare da subito a combattere la disinformazione legata al Covid-19 a fronte del graduale aumento di casi in tutto il mondo, permettendo soprattutto ai più giovani – meno propensi ad informarsi attraverso i media tradizionali – di avere informazioni accurate su questa piattaforma dove purtroppo proliferano *meme* fuorvianti e video non esplicitamente ironici sul Coronavirus.

2.3 Il valore della trasparenza

Alla luce di quanto affermato finora, una gestione efficace delle emergenze che interessano la salute pubblica richiede imprescindibilmente una comunicazione istituzionale aperta e trasparente; nonostante ciò, molto spesso le autorità governative difettano nel dimostrare la trasparenza delle proprie azioni e decisioni.

Senza dubbio, un passo fondamentale per colmare il divario tra la teoria e la pratica, tra la retorica e la realtà, sarebbe quello di definire e codificare la trasparenza nella comunicazione istituzionale come possibile soluzione all'infodemia attualmente in corso.

Già nel 2003, la crisi sanitaria legata al diffondersi del virus SARS costituì un esempio dei rischi e dei benefici derivanti da un'informazione trasparente legata a una minaccia per la situazione pubblica. In quel recente contesto, la riluttanza delle autorità a riconoscere e comunicare un potenziale problema nelle prime fasi dell'epidemia favorì la rapida diffusione globale della stessa. Conseguentemente, il rapporto finale della Conferenza globale dell'OMS sulla SARS che si tenne nel medesimo anno a Kuala Lumpur, specificò nelle sue conclusioni come “le informazioni dovrebbero essere comunicate in modo trasparente, accurato e tempestivo. La SARS ha dimostrato la necessità di una migliore comunicazione del rischio come componente del controllo dei focolai e come strategia per ridurre l'impatto sanitario, economico e psicosociale delle grandi crisi di malattie infettive”⁷².

⁷¹ Per approfondire: <https://www.technologyreview.it/la-lotta-al-covid-19-si-affida-ai-social>

⁷² Traduzione mia da: OMS, (2003). *World Health Organization global conference on severe acute respiratory syndrome (SARS): where do we go from here?*. Kuala Lumpur. [summary report]

Tuttavia, a differenza di molti altri indicatori di salute pubblica, la trasparenza delle pubbliche autorità governative e sanitarie risulta essere estremamente più difficile da tracciare: le concezioni di trasparenza possono variare, le norme di misurazione della stessa non sono chiaramente definite, le valutazioni possono essere soggettive. È in ogni caso comunemente condiviso come la prima motivazione per pretendere trasparenza durante un'emergenza sanitaria riguardi il ruolo che l'informazione gioca nella promozione degli obiettivi fondamentali della salute pubblica. Infatti, quando la popolazione vive una situazione di rischio di una minaccia sanitaria reale, le modalità di intervento possono essere limitate e le risorse possono essere poche: la comunicazione trasparente di indicazioni e consigli, pertanto, è molto spesso lo strumento più importante nella gestione del rischio.

Al di là dei vantaggi immediati della trasparenza per la salute pubblica, esiste un'ulteriore motivazione che guarda invece al lungo termine ed è centrale rispetto alla capacità delle autorità di adempiere alle sue responsabilità: quella di preservare e costruire la fiducia, come già affrontato nel primo capitolo. In questo contesto, la trasparenza non solo fornisce agli individui e alle comunità le informazioni necessarie per sopravvivere a un'emergenza, ma è anche un elemento di equità procedurale nel processo decisionale del governo, una condizione non solo sufficiente quanto parimenti necessaria per promuovere la fiducia pubblica.

Per approfondire quanto accennato in precedenza nella presente trattazione, è opportuno ancora una volta tener conto del fatto che la maggior parte delle misure per la gestione di un'emergenza sanitaria si fondano sul rispetto delle stesse da parte dei cittadini per potersi dire efficaci. Misure come la quarantena, per esempio, richiedono l'accettazione pubblica della loro efficacia, così come necessitano più generalmente della cooperazione con le istituzioni a fronte di provvedimenti che possono limitare la libertà individuale con il fine comune di proteggere la popolazione da danni ulteriori. Tutto ciò richiede che il pubblico confidi non solo nelle informazioni che riceve, ma anche nelle autorità che sono la fonte di queste informazioni e nei loro processi decisionali, in ottemperanza a quanto già codificato nella guida dell'OMS sulla pianificazione della comunicazione delle pandemie del 2008.

Come riconosciuto anteriormente, convincere le autorità sanitarie e i governi a essere trasparenti nella loro comunicazione di fronte all'incertezza scientifica può però essere complicato.

La trasparenza su ciò che non è noto è tuttavia altrettanto importante per la promozione della fiducia nel pubblico proprio quanto la trasparenza su ciò che è noto.

Dunque, la fiducia esige una comunicazione non solo onesta e aperta ma anche a doppio senso.

Ci sono pertanto imperativi etici, strategici e di salute pubblica che indicano la necessità della stessa nella comunicazione delle informazioni durante un'emergenza di salute pubblica. La comunicazione

strategica delle informazioni è uno strumento fondamentale per la gestione delle emergenze sanitarie e deve essere riconosciuta come tale. Allo stesso tempo, nella pratica, la sanità pubblica globale troppo spesso non riesce a far corrispondere la realtà alla retorica e pertanto sono necessari nuovi passi pratici per supplire a tali mancanze. Sebbene non sia di per sé una garanzia di trasparenza, lo sviluppo di una politica di informazione sulle emergenze sanitarie da parte delle autorità responsabili è un passo pratico che può aiutare i governi ad adempiere alle loro responsabilità durante le emergenze sanitarie.

L'affidabilità delle fonti, istituzionali e non, deve sempre basarsi sulla loro verificabilità e sulla possibilità di un controllo politico-democratico. Proprio in questa direzione va la recentissima sentenza del Tar del Lazio⁷³ che ha accolto il ricorso della Fondazione Luigi Einaudi contro la nota del Governo Covid-25842 del 4 maggio 2020, negando l'accesso ai verbali del Comitato Tecnico Scientifico (di seguito CTS come da D.L. 8/4/2020) che costituiva il supporto tecnico alla normativa emergenziale. Il Governo ha negato la visione sulla base di ragioni meramente "formali" relative alla qualificazione giuridica dei verbali come "atti amministrativi generali", ma senza tuttavia fornire motivazioni sostanziali relative alla necessità di segretezza o riservatezza a tutela di diversi e prevalenti interessi pubblici o privati tali da poter considerare l'interesse alla trasparenza come recessivo rispetto alla riservatezza.

Nell'accogliere il reclamo, la Corte sottolinea che i verbali del CTS rientrano tra gli atti prodromici e procedurali della normativa d'urgenza, norme che sono vincolanti dal contenere le libertà fondamentali dell'individuo (libertà personale, libertà di movimento, libertà di riunione, libertà religiosa, libertà d'impresa, ecc.) e anche per questo non possono essere oggetto di controllo democratico attraverso un accesso civico⁷⁴ generalizzato (art. 5 del d.lgs. 33/2013⁷⁵).

Infatti, in questo caso, le finalità ispiratrici dell'art. 5 del d.lgs. 33/2013 appaiono particolarmente meritevoli di tutela (controllo sul perseguimento delle funzioni istituzionali, utilizzo delle risorse pubbliche, partecipazione al dibattito pubblico). Il Governo, come è noto, ha impugnato la sentenza del Tar del Lazio, ottenendo nel frattempo la sospensione cautelare da parte del Consiglio di Stato fino al 10 settembre con decreto monocratico. Conseguentemente, i verbali in questione sono stati resi pubblici *ob torto collu*, cioè solamente a seguito della sopracitata istanza di accesso civico: l'azione in questione si è dunque caratterizzata come una dimostrazione paradigmatica da parte dei cittadini nel rivendicare e esercitare i propri diritti e le proprie prerogative, davanti alla reticenza

⁷³ T.A.R. Lazio, sez. I Quater, sentenza 13 luglio 2020 – 22 luglio 2020, n. 8615. Disponibile via:

<https://www.fondazioneLuigieinaudi.it/wp-content/uploads/2020/07/sentenza-tar-lazio-segreto-stato-dpcm.pdf>

⁷⁴ Per accesso civico si intende il diritto di chiunque di richiedere alle pubbliche amministrazioni i documenti, le informazioni o i dati per i quali sia previsto l'obbligo di pubblicazione, nei casi in cui questa sia stata omessa.

⁷⁵ Art. 5. D.Lgs. 33/2013, sostituito dall'art. 6, comma 1, d.lgs. n. 97 del 2016. Disponibile via: https://www.bossettiegatti.eu/info/norme/statali/2013_0033.htm

dell'autorità statale. Ciò che stupisce e sconvolge della vicenda in questione è soprattutto il prezzo da pagare per ottenere quello che a tutti gli effetti è costituzionalmente un atto dovuto di trasparenza sulla salute e la libertà dei cittadini: sono state necessarie campagne giornalistiche, la richiesta ufficiale da parte del COPASIR e da ultimo la sentenza del TAR del Lazio ivi presa in esame per ottenere il risultato sperato.

Entrando dunque nel proposito di quanto è garantito alla società civile dalla nostra Carta Costituzionale, l'emergenza sanitaria da Coronavirus e in particolar modo l'isolamento dovuto ai *lockdown* nella maggior parte dei paesi del mondo hanno innanzitutto dimostrato l'importanza del rispetto e dell'effettiva applicazione di tutti i diritti umani.

Le misure di contenimento, siano esse di blocco totale o di confinamento parziale, messe in atto gradualmente da quasi tutti i governi in risposta alla pandemia in corso, hanno infatti provato – qualora non fosse stato già ovvio - quanto sia importante osservare e attuare efficacemente tutti i diritti civili, politici, economici, sociali e culturali. Allo stesso tempo, però, tutto ciò ha indubbiamente portato alla luce diverse violazioni degli stessi: l'eccezionalità della situazione sanitaria e la velocità di diffusione del contagio hanno portato le nazioni a usare poteri straordinari nel tentativo di affrontare la crisi, limitare la diffusione del virus e proteggere il pubblico. Se da un lato è sicuramente vero che una siffatta situazione richieda risposte forti, è al contempo necessario che gli stati non normalizzino la sorveglianza oppressiva e minino i diritti umani, incluso il diritto alla libertà di espressione e informazione, e il diritto alla *privacy*.

Prima di entrare nel merito della difesa al diritto all'informazione, già nel 2005 - dunque in tempi non sospetti, l'OMS aveva adottato le *International Health Regulations (IHR)*.

Per IHR si intende di un quadro regolativo giuridicamente vincolante, che richiede ai 196 Stati membri dell'OMS di intraprendere azioni per prevenire, proteggere, controllare e fornire una risposta sanitaria pubblica alla diffusione internazionale delle malattie. Migliorare il rispetto dell'IHR fornisce le basi per un migliore rafforzamento del sistema sanitario, e al fine di implementare tale diritto, l'OMS ha messo in luce proprio l'importanza della comunicazione istituzionale in contesti di pandemia⁷⁶.

Tale importanza è tornata prepotentemente alla ribalta con l'emergere del Coronavirus, che ha spinto l'OMS a emanare il 26 gennaio 2020 le Linee Guida Provvisorie sulla Comunicazione del Rischio e il Coinvolgimento sociale⁷⁷. Gli obiettivi di queste linee guida sono di comprendere i

⁷⁶ Lajolo di Cossano, F., (2020). Il diritto di informazione ai tempi del Coronavirus: un diritto fondamentale. www.dirittifondamentali.it

⁷⁷ World Health Organization. (2020). Risk communication and community engagement readiness and initial response for novel coronaviruses (nCoV): interim guidance, January 2020. *World Health Organization*. Disponibile da: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/330377/WHO-2019-nCoV-RCCE-v2020.1->

principi generali della comunicazione del rischio e della messaggistica di salute pubblica durante la prevenzione delle epidemie e gli sforzi di risposta, spiegare come avere familiarità con gli strumenti e gli approcci per la comunicazione e la messaggistica che possono essere usati per informare il pubblico evidenziando quelli più utilizzati in diversi contesti di focolai COVID-19 e piattaforme mediatiche, sapere come accedere agli aggiornamenti globali e regionali sull'epidemia, infine essere consapevoli dell'impatto della stigmatizzazione nei focolai di COVID-19 e degli approcci per ridurre tale impatto attraverso la comunicazione e la messaggistica.

Il fine principale del documento nella fattispecie è dunque dimostrare come proprio la comunicazione del rischio e il coinvolgimento sociale risultino essere parte integrante del successo nel combattere un'emergenza epidemiologica. A tal proposito, l'OMS si pone la missione di difendere non un astratto diritto dei cittadini ad essere informati, bensì il loro concreto bisogno di ottenere dalle istituzioni informazioni adatte e conformi finalizzate soprattutto alla prevenzione del contagio – mentre al contempo il servizio sanitario nazionale dovrebbe occuparsi di fornire cure altrettanto adatte e conformi. Pertanto, il rispetto del diritto all'informazione rapido, regolare e proattivo, costituisce per lo Stato una modalità imprescindibile per tutelare il diritto alla salute dei cittadini, particolarmente in maniera precauzionale e anticipata: una comunicazione del rischio efficiente e valida permette ai cittadini di adottare comportamenti protettivi, facilita una maggiore sorveglianza della malattia, riduce la confusione e consente un migliore uso delle risorse, tutti aspetti necessari per una risposta efficace alla malattia stessa⁷⁸.

Allo stesso tempo, il diritto all'informazione non deve essere rispettato in via esclusiva dallo Stato, ma tanto più in momenti di crisi è fondamentale un contributo in tal senso anche da parte dei governi locali, dalle istituzioni sanitarie, dai mass media, dalla comunità scientifica.

Tale necessità acquista ulteriore importanza con riferimento a quelle che potrebbero essere le cattive conseguenze della cattiva gestione dell'informazione, così come della disinformazione stessa, in un contesto di emergenza sanitaria in cui risulta essere ancora più complicato stimare l'attendibilità delle notizie in circolazione. Ad esempio, in preda a una sorta di *optimism bias*⁷⁹, molti cittadini hanno preferito sottovalutare i consigli e i preavvisi della classe politica.

A tal riguardo, è senza dubbio paradigmatico l'"esodo" dal Nord Italia al Sud Italia quando a inizio marzo, nei primi momenti della pandemia, erano stati presi d'assalto treni e pullman, dopo che si era diffusa la voce che il governo centrale avrebbe presto limitato gli spostamenti in Lombardia.

eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y

⁷⁸ Traduzione mia da: Malley, P., Rainford, J. and Thompson, A., (2009). Transparency during public health emergencies: from rhetoric to reality. *Bulletin of the World Health Organisation*, 87, pp.614-619.

⁷⁹ Il bias dell'ottimismo è un bias cognitivo in virtù del quale si tende a credere di avere meno probabilità di sperimentare un evento negativo. È anche conosciuto come ottimismo irrealistico o ottimismo comparativo. Le persone tendono infatti a sovrastimare la probabilità di eventi positivi e a sottostimare la probabilità che eventi negativi accadano a loro in futuro.

Per fermare tale fuga a nulla valsero gli ammonimenti e gli inviti del governatore della Puglia Emiliano (“Se siete in Lombardia o nelle altre province indicate, non tornate adesso in Puglia e se siete già in viaggio ritornate indietro. So cosa state provando. Ma dovete essere lucidi.”) e dell’allora governatrice della Calabria Santelli (“Ritornare dal Nord in modo incontrollato mette in pericolo la nostra terra e gli affetti di tutti. Non fatelo. Fermatevi! Seguite le regole, proteggetevi e proteggeteci come prescritto. L’esodo incontrollato porterà all’aumento esponenziale del contagio anche da noi. È evidente che una sanità come quella calabrese, vessata da anni da tagli selvaggi, non è in grado di reggere una situazione di totale emergenza”)⁸⁰. Queste previsioni si rivelarono corrette, poiché per quanto non ci siano evidenze sufficienti, è molto probabile che tale fenomeno “migratorio” abbia determinato il trasporto del virus nelle sopracitate zone che fino ad allora erano rimaste essenzialmente immuni.

Chiaramente, a fronte del dovere del governo centrale, dei governi locali, delle istituzioni sanitarie, dei mass media e della comunità scientifica di garantire il diritto all’informazione alla totalità dei cittadini, vi è di riflesso il dovere del cittadino stesso di informarsi e rimanere informati – così come, nel caso specifico del Coronavirus, di rispettare tanto i comportamenti raccomandati dalle autorità come il distanziamento sociale quanto i comportamenti imposti, vedi quindi le restrizioni alla libertà di movimento o l’autoisolamento volontario.

Questo coordinamento tra diritti e doveri è indispensabile e imprescindibile per contrastare la diffusione della malattia, e trova una più compiuta formulazione nell’articolo 29 della Dichiarazione Universale dei Diritti Umani⁸¹ in ottemperanza alla quale “Ogni individuo ha dei doveri verso la comunità, nella quale soltanto è possibile il libero e pieno sviluppo della sua personalità”.

Tuttavia, il filo che lega i doveri del governo e i diritti del cittadino è tanto labile quanto più diventa difficile individuare un’effettiva categorizzazione e gerarchizzazione all’interno della società.

Questo perché ormai, nell’agorà digitale, sono sempre più invertiti i ruoli tra chi fa informazione e chi la riceve, tra chi è esperto e chi pretende di esserlo.

Tutti possono diventare soggetti attivi nella catena di comunicazione commentando una notizia, postando video o immagini: bastano uno *smartphone* o un computer sofisticato⁸². Tutti, quindi,

⁸⁰ Per approfondire: <https://www.agi.it/cronaca/news/2020-03-08/coronavirus-esodo-meridionali-appello-governatori-7375996/>

⁸¹ Assemblea Generale delle Nazioni Unite. (1948). "Dichiarazione Universale dei Diritti Umani" (217 [III] A). Parigi. Disponibile da: https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/itn.pdf

⁸² Pinelli, C., (2017). Postverità, verità, e libertà di manifestazione del pensiero. *MediaLaws*, 1

possono partecipare alla generazione di notizie, come dimostrato dal diffondersi del *citizen journalism*⁸³.

Differentemente dall'agorà greca in cui i partecipanti al dibattito erano presenti in carne ed ossa e non avevano la possibilità di nascondersi dietro nessun *account* fasullo, nell'agorà digitale la propria identità può invece assumere una varietà di sembianze: questo è in maniera indubbia un fatto da considerare in una possibile (e auspicata) regolamentazione futura del fenomeno.

Si tratta comunque di una questione complessa, soprattutto poiché è impensabile che una delle maggiori conquiste in termini di libertà – la manifestazione del pensiero - possa essere ridimensionata e oppressa da quella che appare come la massima libertà, quella della Rete.

In particolare, non vi è solo la necessità di bilanciare la libera manifestazione del pensiero con quella dell'informazione bensì anche la necessità di tenere conto della dimensione sociale della libertà di manifestazione del pensiero nella misura in cui la circolazione delle idee, il loro confronto e la discussione possono contribuire al miglioramento della vita della comunità. In questo senso, le *fake news* possono al contrario rappresentare un ostacolo alla libera formazione di un credo, aggravato dal fatto che l'utente - non essendo consapevole di trovarsi davanti ad una bufala - può essere esso stesso veicolo di trasmissione a N soggetti.

La necessità di una regolamentazione è pertanto un'opinione condivisa da molti, ma sono i modi e le forme a registrare le maggiori differenze rendendolo un obiettivo molto complesso da raggiungere; si potrebbe dunque considerare valida l'ipotesi secondo la quale gli strumenti adeguati a regolare questo fenomeno sono tanto molteplici quanto problematici.

Innanzitutto, il controllo preventivo dei contenuti e la loro successiva rimozione si radica in una logica di censura che di per sé collide con la libera circolazione delle idee e il confronto sotteso al dibattito pubblico. Ancora più problematica sarebbe l'individuazione degli organi preposti a tale controllo. Il fatto che esso possa essere affidato alle stesse piattaforme che ospitano i contenuti è molto pericoloso, se non altro per gli enormi interessi economici di cui sono portatrici; tuttavia, nemmeno un'autorità pubblica paragonabile a un'autorità amministrativa indipendente che, sulla base di principi stabiliti dal legislatore, sia autorizzata a discriminare tra ciò che è vero e ciò che è falso, sarebbe priva di quei rischi che si giocano sul terreno della libera circolazione delle idee.

Con questo non si vuole sostenere che l'ordinamento giuridico debba rimanere privo di qualsiasi tipo di regolamentazione e non porsi il serio problema di come combattere e contenere l'infodemia

⁸³ Quando si parla di "citizen journalism" si intende il giornalismo portato avanti da normali cittadini che giocano un ruolo attivo nel processo di raccolta, segnalazione, analisi e diffusione di notizie e informazioni, amplificatosi con lo sviluppo dei social network e i siti web di condivisione dei media. In quanto forma mediale alternativa, rappresenta senza dubbio una sfida radicale alle pratiche professionalizzate e istituzionalizzate dei media mainstream.

in corso e le *fake news* che in alcuni settori (politico, medico-scientifico) sono particolarmente insidiose, oggi più che mai.

Una soluzione possibile sarebbe quella di istituire un meccanismo di valutazione delle principali piattaforme di diffusione delle informazioni, da affidare ad un ente terzo e *super partes*, che valuti *ex-post* il numero di informazioni veicolate classificabili come fake news e che attribuisca una sorta di "patente di affidabilità" alle piattaforme stesse. Questo approccio permetterebbe di innescare un "sano conflitto di interessi" tra *social* e piattaforme di informazione per stimolare e controllare il flusso e la qualità delle informazioni veicolate.

Conclusione

Concludendo, nel corso della pandemia le autorità istituzionali ivi prese in considerazione si sono dunque dimostrate consapevoli dei rispettivi ruoli e della contestuale esigenza di assumere una posizione proattiva nel contrastare la disinformazione.

Chiaramente, per riuscire ad appianare l'andamento dell'infodemia legata al Coronavirus, è altresì necessario che a tali sforzi singoli si vadano a sommare sforzi collaborativi e cooperativi, provenienti dal complesso di istituzioni, media, *fact-checkers* e piattaforme digitali di ogni paese. Per tale ragione, il post-pandemia dovrà essere l'occasione per ripensare il coinvolgimento di tali attori nella "comunicazione pubblica della salute" in maniera ancora più mirata e strategica, permettendo di sfruttare l'eccezionalità del comunicare durante la pandemia in uno stimolo e un impulso per implementare e digitalizzare ulteriormente la comunicazione istituzionale.

Difatti, per quanto gli interventi e i provvedimenti portati avanti dalle istituzioni abbiano il fine di contenere – parallelamente al virus – l'infodemia causata dal virus stesso, il rischio che tale azione sia circoscritta al breve termine e in un peculiare quadro di emergenza sanitaria è molto alto.

Ad oggi, infatti, è possibile affermare come la scarsa alfabetizzazione dei media sanitari e la scarsità di conoscenze scientifiche abbiano minato le risposte alla pandemia di COVID-19.

Abbiamo assistito all'amplificazione di informazioni non verificate, che hanno innescato incomprensioni, reazioni di paura e perdita di fiducia, che possono inibire risposte efficaci alla pandemia.

In preparazione alla possibile ricomparsa di COVID-19 o al verificarsi di nuove malattie infettive, l'investimento proattivo nella salute pubblica in meccanismi di compilazione, verifica e comunicazione delle informazioni è di fondamentale importanza per garantire la salute pubblica. Per futuri periodi di incertezza, per scongiurare la comparsa di infodemie di pari passo a eventuali pandemie, le strategie per comunicare le informazioni in evoluzione dovranno essere sviluppate e

valutate, al fine di formare operatori sanitari, ricercatori, insegnanti, professionisti dei media e decisori politici per un coinvolgimento attivo e trasparente nella comunicazione emergenziale con il pubblico.

Infatti, il fatto che oggi l'informazione sia diventata un mercato deregolamentato rende l'infodemia una minaccia unica. A differenza della malattia fisica, le cui modalità di infezione sono note e circostanziate, i vettori di diffusione dell'infodemia e i messaggi sono in continuo cambiamento. Alcuni sono propaganda politica, altri sono destinati a manipolare e ingannare gli utenti di Internet, sia a scopo di pura disinformazione, o per scopi commerciali, o per facilitare un attacco informatico. Ad accelerare la circolazione di tale disinformazione hanno indubbiamente contribuito i principali giganti di Internet, che dopo anni di discussioni sull'opportunità e la legalità dei sistemi di moderazione contenutistica, hanno rapidamente introdotto procedure per evidenziare i contenuti verificati e, se necessario, per rimuovere quelli che non lo sono. Questa reazione ha dimostrato che, anche se una risposta è possibile, soffre di limitazioni sistemiche, tra cui l'imprecisione dei sistemi di rilevamento automatico dei contenuti - cioè l'intelligenza artificiale. Questa situazione accentua l'asimmetria di capacità tra i giganti del *web* e le piccole piattaforme, poiché queste ultime non sono in grado di disporre di un numero sufficiente di personale per trattare i contenuti falsi o fuorvianti. Pertanto, è fondamentale che gli Stati investano nell'alfabetizzazione dei media, continuando a garantire un accesso non discriminatorio a Internet e promuovere la libertà di espressione, il pensiero critico e l'autodifesa intellettuale. Nell'attuale ecosistema, la viralità dell'infodemia è solo il sintomo di una profonda trasformazione sociopolitica, e la risposta richiede l'integrazione di tutti gli attori della società, a partire dai governi.

III CAPITOLO

LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE DEL COVID-19

Introduzione

Nella politica contemporanea, la capacità dei leader di comunicare i propri messaggi ha raggiunto un'importanza inedita contestualmente allo scoppio e all'evolversi della pandemia da Coronavirus. In questi tempi drammatici, infatti, le decisioni dei leader mondiali - e la loro capacità di comunicarle efficacemente – hanno determinato e continuano a determinare la vita o la morte di milioni di persone, la ripresa o l'arresto dell'economia mondiale.

La necessità di fornire informazioni tempestive sull'evoluzione della pandemia ha generato ogni giorno un enorme mosaico di capi di stato di tutto il mondo che si rivolgono ai cittadini dei rispettivi paesi con dichiarazioni di natura diversa, ma con lo stesso scopo: informare sulle disposizioni governative, infondere serenità, promuovere determinati comportamenti in termini di prevenzione e salute pubblica o offrire dati sul controllo e la lotta contro la malattia.

I messaggi in questione vanno poi contestualizzati in un mondo globalizzato e digitalizzato che ha radicalmente trasformato la comunicazione politica: la costruzione del consenso si fonda sempre più sull'abilità nel generare emozioni tra gli elettori, elettori che sono diventati *followers* di politici che vestono invece i panni degli *influencer*. Il politico *influencer* vede negli slogan urlati, nelle provocazioni, nelle polemiche sterili e negli allarmismi futili delle potenzialità utili al fine di ottenere attenzioni e promuovere dibattiti polarizzati rispetto ai quali erigere più facilmente le proprie strategie comunicative.

Questo cambio di paradigma è avvenuto sull'inevitabile scia della rivoluzione digitale, che, tra le altre cose, ha disintermediato la fornitura di informazioni: un elettore può scegliere di leggere gli ultimi sviluppi sul Ddl Zan⁸⁴ mentre un altro si informa sulla legalizzazione delle droghe leggere. Questo perché ciò che sappiamo è ormai determinato meno da ciò che i media forniscono, e più da cosa e dove cerchiamo di nostra iniziativa, o dalle informazioni fornite dai nostri pari: difatti, i lettori/elettori possono facilmente raccogliere informazioni dettagliate su una questione peculiare mentre rimangono disinformati su tutto il resto. Poiché le informazioni rimangono costose da assorbire ed elaborare, gli individui possono – e tendono a - essere selettivi rispetto a quelle che acquisiscono. Al contrario, quando la televisione di rete e i giornali erano le principali fonti di

⁸⁴ Per Ddl Zan si intende un disegno di legge anti-omofobia, presentato dal deputato del Partito Democratico Alessandro Zan e balzato agli onori della cronaca nel maggio 2021. Il ddl era stato approvato dalla Camera già nel novembre 2020 per poi rimanere in stallo per molti mesi a causa dell'ostruzionismo della Lega e in particolar modo del senatore Ostellari.

informazione politica, era più difficile essere ben informati su questioni ristrette e specifiche; allo stesso tempo, gli individui non potevano evitare di essere esposti a notizie generali e di conseguenza l'informazione politica era più uniforme tra gli individui e le questioni.

Fondamentalmente, la rivoluzione digitale non ha aumentato l'informazione e la consapevolezza degli elettori sul processo politico; eppure, ci sono stati importanti cambiamenti nella distribuzione delle informazioni. Alcuni individui sono diventati molto più informati, altri meno.

Questo non è un bene per il funzionamento della democrazia. Anche senza sottili meccanismi psicologici, semplicemente la libera scelta delle informazioni tende ad aumentare l'influenza degli elettori estremisti e a distogliere l'attenzione dalle politiche di interesse generale non controverse. Poiché il costo dell'attenzione è principalmente soggettivo, è difficile progettare politiche che contrastino queste distorsioni. Anche se l'informazione fosse completamente libera, troveremmo comunque ottimale ignorarne la maggior parte e concentrare la nostra attenzione su ciò che è più importante per noi. Più in generale, in un'epoca in cui l'informazione è quasi interamente libera, dovrebbe essere più importante pensare a come confezionarla, in modo da ridurre la portata delle asimmetrie informative dannose, soprattutto in contesti emergenziali come questo che stiamo vivendo. Purtroppo, i leader ivi presi in considerazione non hanno ragionato a fondo su tale problematica.

L'implementazione delle moderne piattaforme di comunicazione, come ad esempio Twitter, ha fornito ai leader politici l'opportunità di agire in modo non mediato, velocemente e "viralmente", coinvolgendo direttamente i propri "seguaci". In particolare, questo rapporto preferenziale permette ai politici di aggirare i tradizionali mass media elitari che spesso si oppongono a loro, fornendo la possibilità di una comunicazione breve e un linguaggio quotidiano fruibile alla generalità degli elettori.

In un contesto come quello generato dall'emergenza epidemiologica, i leader sono diventati per forza di cose gli interlocutori privilegiati di una popolazione mondialmente preoccupata, confusa e più divisa che mai. L'obiettivo di questo capitolo è dunque quello di analizzare la comunicazione istituzionale di tre differenti Capi di Stato e di Governo, al fine di comprendere e analizzare l'esistenza o meno di una relazione determinante tra la gestione comunicativa della pandemia e, a fronte di questa, il loro consenso nei rispettivi territori di competenza.

Il primo caso che verrà indagato sarà nella fattispecie quello italiano, rispetto all'operato di Giuseppe Conte, Presidente del Consiglio in carica al momento dalla diffusione del Covid-19 in Italia dalla fine del gennaio 2020 e ritrovatosi a rassegnare le dimissioni esattamente un anno dopo, il 26 di gennaio 2021.

Il secondo caso concerne invece Donald Trump, ex Presidente degli Stati Uniti d'America, che al pari di Conte ha affrontato gli inizi della pandemia da una posizione apicale nel governo statunitense per ritrovarsi poi sconfitto e uscente al termine delle Presidenziali del 2020.

Da ultimo, a essere preso in considerazione è Papa Francesco: una figura istituzionale, che pur governando uno Stato di dimensioni esigue come la Città del Vaticano rispetto agli esempi prima citati si rivolge però ad un popolo potenzialmente universale.

Se da un lato la disfatta di Conte e Trump nella gestione della pandemia ha con molte probabilità provocato la loro disfatta politica e dunque la conclusione dei loro mandati, il caso papale risulta essere invece più complesso, trattandosi infatti di un mandato estinguibile solamente per "cause di forza maggiore". Dati alla mano, è tuttavia possibile in tutti e tre i casi riscontrare una correlazione tra le loro modalità di comunicazione riguardanti il Coronavirus e in seguito alle stesse un conseguente calo della fiducia degli elettori e dei fedeli.

L'obiettivo di questa trattazione è votato dunque a passare in rassegna gli aspetti più importanti delle strategie poste in essere dai leader sopracitati, ritenendoli come condizioni forse non necessarie ma sicuramente sufficienti a spiegare l'accresciuta sfiducia nei loro confronti in questo anno di crisi.

I modi attraverso i quali i Capi di governo internazionali hanno tentato di muoversi in questo ultimo complesso e imprevedibile anno costituiscono senza dubbio degli interessanti, e in qualche misura unici, casi di studio. In conclusione, lo scopo è quindi quello di valutare le capacità politiche di gestire strategicamente la *crisis communication*, per capire se nella realtà della cronaca i personaggi ivi presi in considerazione sono riusciti ad uscire dalla finestra di opportunità aperta dalla crisi per consolidare ed affermare la propria immagine di leader.

3.1 Il caso italiano: Giuseppe Conte

Nel caso specifico di questo lavoro, l'analisi iniziale riguarda il Presidente del Consiglio italiano Giuseppe Conte: un leader *sui generis* che, per quanto desse ormai l'arrendevole impressione di essersi rassegnato a rivestire il ruolo di mediatore dalla scarsa capacità decisionale, nel corso della crisi è riuscito a ritagliarsi uno spazio da unico e assoluto protagonista del dibattito pubblico nazionale.

Infatti, solo due anni fa Giuseppe Conte era un novizio nell'arena politica che, in qualità di Presidente del Consiglio, aveva aperto la strada alla formazione di un governo dei due principali partiti populistici italiani. Fino al pre-pandemia, l'avvocato pugliese era visto da molti come un primo ministro accidentale che poteva cadere nel giro di pochi mesi; mentre invece nel giro di pochi mesi,

si è ritrovato incaricato di combattere l'epidemia più letale del mondo, ed è stato il primo leader dell'UE a mettere in quarantena i suoi cittadini.

Durante i momenti iniziali dell'emergenza Covid-19, il Presidente del Consiglio italiano ha fatto un uso attento e ponderato dei media, anche grazie al supporto di uno staff professionale in grado di plasmare un'immagine mediatica coerente con le caratteristiche del leader. Ciò ha permesso di sviluppare alcune dimensioni della sua identità mediatica: affidabilità e competenza politica, empatia, rassicurazione e condivisione personale in tempi di difficoltà collettiva al fine di tutelare gli interessi italiani. La sua personalità, unita al periodo storico contingente, ha messo in luce le novità della leadership moderna in un contesto politico caratterizzato, soprattutto negli ultimi anni dal protagonismo pubblico-privato. Di conseguenza Conte ha raggiunto i massimi livelli di popolarità nella prima fase dell'emergenza, per poi perdere progressivamente punti con l'arrivo della seconda ondata in settembre, fino all'ecatombe segnata dalle crisi di governo del gennaio 2021.

3.1.1 La prima fase

Durante la prima fase del *lockdown* italiano, imposto dopo lo scoppio della pandemia COVID-19, le conferenze stampa e i *live stream* del primo ministro Giuseppe Conte sono stati pervasivi e costanti, rappresentando altresì i mezzi principali attraverso i quali il Presidente del Consiglio ha informato il popolo italiano circa i sempre mutevoli decreti legge e le linee guida riguardanti il blocco dell'Italia. Conte, infatti, nella maggior parte delle occasioni ha comunicato direttamente i provvedimenti governativi attraverso i *social network* e la televisione. Tale approccio è stato in qualche misura definibile come una versione contemporanea delle *fireside chats*⁸⁵ radiofoniche di Franklin Delano Roosevelt: avvicinarsi al pubblico senza mediazioni, con lo scopo di annunciare cattive notizie e decisioni cruciali. Inevitabilmente, queste scelte comunicative hanno scatenato svariate critiche, poiché avvenute molto spesso *bypassando* le istituzioni e i media in generale, senza utilizzare i tradizionali canali istituzionali come il Parlamento o la radiodiffusione pubblica.

Un modo per capire l'approccio del premier italiano può essere sicuramente quello di analizzare innanzitutto i *tweets* pubblicati sul suo account ufficiale Twitter (@GiuseppeConteIT) a partire dal 31 gennaio 2020, giorno in cui viene dichiarato lo stato di emergenza, per le prime 14 settimane dell'emergenza stessa.

⁸⁵ Le *fireside chats* erano una serie di discorsi radiofonici serali tenuti da Franklin D. Roosevelt, il 32° presidente degli Stati Uniti, tra il 1933 e il 1944. Roosevelt in queste occasioni si rivolse con familiarità a milioni di americani discutendo della ripresa dalla Grande Depressione, della promulgazione dell'Emergency Banking Act in risposta alla crisi bancaria, della recessione del 1936, delle iniziative del New Deal e successivamente del corso della Seconda Guerra Mondiale. Alla radio era in grado di placare le voci, contrastare i giornali dominati dai conservatori e spiegare le sue politiche direttamente al popolo americano: il suo tono e il suo contegno comunicavano sicurezza in tempi di disperazione e incertezza.

In questo lasso di tempo iniziale, che equivale grossomodo allo stadio di maggiore popolarità del primo ministro, Conte ha pubblicato 163 *tweets* di cui ben 96 riguardanti l'emergenza sanitaria; il 37,4% degli stessi fa riferimento alle sue trasmissioni in diretta, a interviste o conferenze stampa che lo vedevano come protagonista: è dunque interessante rilevare come i social media siano stati utilizzati per avvisare i *follower* delle notizie in arrivo.

Un ulteriore dato interessante concerne l'impennata di comunicazioni da parte del premier un mese circa dopo la dichiarazione dello stato di emergenza; infatti, terminato il clamore mediatico che riguardava il caso dei due turisti cinesi ricoverati all'ospedale Spallanzani di Roma, l'attenzione dell'opinione pubblica era notevolmente diminuita. Tuttavia, a partire dalla quarta settimana di febbraio e contestualmente allo scoppio di contagi riscontrati a Codogno (Lodi) e all'aumento esponenziale dei giorni successivi, l'attenzione del premier e della politica in generale è stata monopolizzata dalla diffusione del virus in Italia.

È curioso notare come man mano che le settimane vanno avanti, i termini "Coronavirus" e "Covid-19" iniziano a scomparire dai *tweets* di Conte, determinando un sostanziale cambiamento nella sua strategia comunicativa. Il premier difatti smette di chiamare il problema con il suo nome, nome di cui tutti gli altri media abusano e continueranno ad abusare per tutta la durata dell'emergenza, ma invece sceglie di trasformarlo in qualcosa di essenziale e collettivo all'interno del racconto personale dell'emergenza da parte del Presidente del Consiglio. Infatti, utilizzando una specifica retorica di guerra, il Covid diventa un nemico da combattere durante una "battaglia" in cui è fondamentale unire le forze, costruire una narrazione popolare, una sfida, una "difficoltà" alla stregua delle lotte e della crisi e che segna "giorni pesanti e difficili". Viene dunque privilegiata una descrizione dicotomica dell'epidemia, che contrappone il sacrificio, il coraggio e la pazienza del popolo italiano al male invisibile che è necessario eliminare l'uno al fianco dell'altro.

Accanto a queste scelte stilistiche, la comunicazione del Presidente del Consiglio si caratterizza anche per un'immagine narrativa molto efficace: non solo chiede "sacrificio e unità" ai cittadini come in un atto di fede, ma propone anche la figura di un *welfare state* che si dedica ai suoi figli in un impulso paternalistico e curativo. L'approccio del leader risulta infatti essere solidale, di matrice statalista, i cui effetti diretti sulle libertà personali corrispondono alla volontà dello Stato di prendersi cura dei bisogni di tutti: lo Stato "non li dimentica".

Seguendo tale filone, Conte sfrutta spesso la scelta retorica del "noi": utilizzata in letteratura e poesia per rafforzare la connessione emotiva tra scrittore e lettore, probabilmente è stata adottata da Conte al fine di amplificare l'interconnessione tra politica e popolo. Difatti, una delle caratteristiche cruciali del suo stile di comunicazione è stata quella di consolidare la percezione del coinvolgimento del pubblico nel processo: il premier ha accuratamente evitato un approccio

dall'alto verso il basso, che storicamente nel caso italiano non aveva mai funzionato con molto successo. Tuttavia, Conte ha piuttosto cercato di fare *moral suasion* rispetto all'imporre soluzioni chiare ai cittadini, soprattutto sfruttando riferimenti culturali "alti" - come a Winston Churchill e al suo famoso discorso sull'ora più buia – quasi a ricordare implicitamente il suo provenire dal mondo accademico, e non essendo propriamente un politico di professione.

In linea generale, in questa prima fase drammatica del suo mandato, l'ex Presidente del Consiglio ha comunque sempre mantenuto dei toni tranquilli e sereni; l'unico momento "incendiario" è stato quando in una conferenza stampa televisiva ha pubblicamente accusato due leader dell'opposizione, Matteo Salvini e Giorgia Meloni, di contribuire al diffondere disinformazione⁸⁶. Da un lato, questa dichiarazione è stata condannata dai partiti di opposizione e da diversi opinionisti per essere di matrice "autoritaria", mentre invece tra i cittadini più di sinistra ha contribuito ad aumentare la popolarità del leader. Sicuramente, è doveroso affermare come abbia segnato uno spartiacque, contribuendo ad intensificare la polarizzazione politica dopo un momento iniziale in cui il panorama politico aveva tentato di dimostrarsi unito e coeso davanti alle avversità della pandemia. Inoltre, il tratto peculiare della comunicazione di Giuseppe Conte è senza dubbio rappresentato dall'uso delle dirette streaming via Facebook per rivolgersi alla nazione, che per le loro modalità, la loro frequenza e la loro valenza collettiva hanno senz'altro rappresentato un *unicum* nella comunicazione istituzionale globale.

Tutti gli avvisi e i messaggi sono stati divulgati non attraverso comunicati stampa, non dai siti web istituzionali e nemmeno dai profili della Presidenza del Consiglio dei Ministri, bensì direttamente dal canale Facebook personale di Giuseppe Conte, che rende ogni annuncio un discorso alla Nazione, trasmesso con almeno 30 minuti di ritardo.

Nell'immaginario collettivo della pandemia, quello con le dichiarazioni del *premier* era ormai considerato un appuntamento mediatico irrinunciabile, al punto da portare Conte a rapportarsi con il "pubblico" come se fossero spettatori di un programma tv («a tutti voi che state seguendo»). Questa sovraesposizione mediatica del Presidente del Consiglio nei momenti più critici della pandemia – dal 22 febbraio, data di istituzione delle prime zone rosse, fino al 3 giugno – non ha precedenti nella storia repubblicana: venti interventi da Palazzo Chigi, gran parte dei quali trasmessi a reti unificate, venti interviste concesse a giornali italiani ed esteri, quattro informative alla Camera e altrettante al Senato. Rispetto ai primi, in addirittura tredici occasioni Conte si presentò in solitaria, mentre nelle sette restanti circostanze fu accompagnato dai ministri competenti (Gualtieri il più presente, a quota sei). Una intensa personalizzazione della crisi, quindi, funzionale alla costruzione della sua *leadership*.

⁸⁶ Per approfondire: <https://video.corriere.it/cronaca/conte-contro-salvini-meloni-loro-reazioni/f35342ec-7c12-11ea-8e38-cc2efdc210dd>

È pertanto possibile affermare che l'uso sapiente dei suoi canali di comunicazione durante un periodo di emergenza nazionale, combinato con la sua personalità, lo hanno aiutato in un primo momento a proiettare un'immagine di competenza politica, empatia e rassicurazione.

Infatti, secondo i sondaggi realizzati da Demos, malgrado le problematiche legate alla crisi, la popolarità di Conte era salita alle stelle in quel dato periodo: nel mese di aprile si registrava un 64%, di poco inferiore al precedente mese di marzo, quando ha ottenuto il 71%, ma ancora alto rispetto al 52% di febbraio, prima della crisi: valori altissimi per un Presidente del Consiglio senza un partito alle spalle, mai stato membro del Parlamento.

Se la l'emergenza sanitaria ha portato a tale aumento esponenziale della fiducia nei confronti di Conte, i mesi successivi alla stessa consacrarono poi la metamorfosi *pop* del Premier – sapientemente orchestrata dal portavoce Rocco Casalino - ormai estremamente a suo agio davanti agli obiettivi di fotocamere e videocamere, e non più reticente nell'esibire la propria vita privata. Tuttavia, i cittadini hanno presto iniziato ad accorgersi – per poi avere la conferma definitiva con la seconda ondata a partire dal settembre 2020, della sua mancanza di autorità, chiarezza, coerenza; dello scarso spessore delle infrastrutture dedicate alla fornitura di informazioni e servizi. Inoltre, le dichiarazioni ad ore inopportune, così come la mancanza di omogeneità e di allineamento dei messaggi emessi dai diversi reparti governo, hanno promosso più canali di informazione e fonti di confusione fertilizzando il terreno della critica.

3.1.2 La seconda fase

La tattica *contiana* di sfruttare i propri canali social personali per comunicare l'emergenza è stata ben pianificata e messa in atto; tuttavia, con il senno di poi, questa concitazione nel voler render noti decreti cruciali per le vite dei cittadini senza ancora averli firmati, collegandosi di notte su Facebook, è stata indubbiamente un errore - nonostante l'aumento spasmodico di *followers* guadagnati nelle ore di attesa. Infatti, tali annunci vaghi e generici, sprovvisti di relativi documenti definitivi e consultabili in Gazzetta Ufficiale, hanno mandato più volte in *tilt* la popolazione.

Conte, privilegiando e antepoendo la propria strategia personale al ruolo istituzionale che ricopriva all'epoca dei fatti, nonostante i successi nel breve termine ha imboccato autonomamente la strada della propria sconfitta nel lungo termine. Fondamentalmente, ha confermato le teorie sul consenso di svariati studiosi, per i quali il consenso che deriva da situazioni peculiari è destinato a calare sensibilmente nel tempo. Ad esempio, Castelin e Palano⁸⁷ ritengono che in frangenti similari tale

⁸⁷ Castellin, L. G., Palano, D., (2020). I leader e la paura: la comunicazione politica nei giorni del contagio, in Sala, M., Scaglioni, M. (ed.), *L'altro virus. Comunicazione e disinformazione al tempo del Covid-19*, Vita e Pensiero: Milano, pp. 53-62

dose spropositata di gradimento è dovuta «al mutamento dell'atteggiamento dei cittadini di fronte alla pandemia», così come nell'interpretazione di Bobba e Cepernich⁸⁸, che analizzarono la narrazione del terremoto in Abruzzo del 2009 di Berlusconi, se un Presidente del Consiglio, «dopo essersi speso in prima persona, non riesce a rispondere alle domande provenienti dalla società», potrebbe vedere «annullate o limitate le conseguenze positive» della gestione della crisi, rischiando «drastiche cadute di consenso». Questo pericolo, nel caso di Conte, si è rivelato estremamente concreto. Infatti, quando Conte è caduto nel febbraio scorso, la maggioranza cosiddetta “giallo-rossa” si è sfaldata solo in apparenza per ragioni legate al dissidio Conte-Renzi rispetto al Recovery Fund: tra gli errori fatali dell’“avvocato del popolo”, vi è indubbiamente la progressiva mal gestione della pandemia, che soprattutto nel corso dell'estate 2020 ha aperto le porte alla tragica seconda ondata di settembre. Nei mesi precedenti, ubriacato dal sopracitato consenso degli italiani che si erano radunati intorno alle istituzioni “nell'ora più buia”, l'allora premier aveva impropriamente perso tempo per pianificare sfilate propagandistiche e pleonastiche come gli Stati Generali, a dibattere con le opposizioni su questioni che spaziavano dal Meccanismo europeo di stabilità e crescita per arrivare ai bilanci a rotelle, a riversare sulle Regioni le prime crepe gestionali che già si avvistavano. L'appoggio politico a questo assolutismo contiano ha iniziato soprattutto a traballare in autunno sul summenzionato Recovery Fund, che avrebbe voluto gestire quasi in proprio, facendo prefigurare uno scenario che sarebbe stato poco gradito tanto ai partiti di maggioranza quanto a quelli di opposizione, tanto da portare all'epilogo del 13 febbraio, giorno dell'ufficiale passaggio di consegne con Mario Draghi.

Nell'assenza di sondaggi aggiornati a questo ultimo periodo, ho scelto di provvedere personalmente a crearne uno, al fine di indagare tra i miei coetanei quale fosse la percezione del governo Conte. Segnatamente, ho preso come campione 140 soggetti, appartenenti alla fascia di età 18-25: dunque miei coetanei, giovani elettori che al di là della pandemia hanno seguito da vicino il primo governo Conte e il Conte bis, così come chiaramente la pandemia. Ho sottoposto il gruppo alle seguenti questioni:

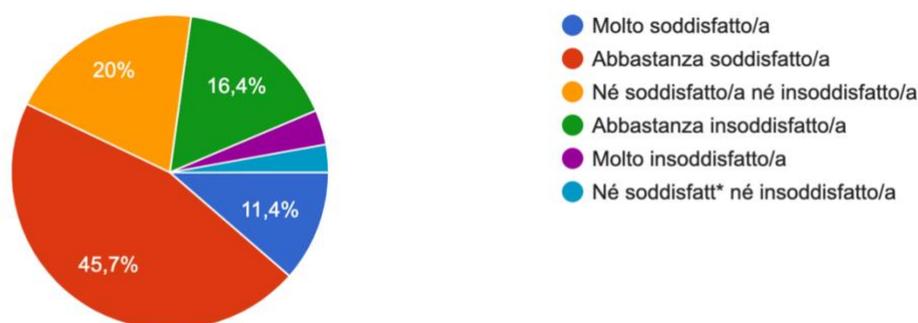
1. Al di là del tuo orientamento politico, sei complessivamente soddisfatto/a dell'operato di Giuseppe Conte come Presidente del Consiglio dei Ministri?
2. Come valuti la comunicazione istituzionale italiana della pandemia di Covid-19?
3. Credi che, con l'arrivo della prima ondata e il *lockdown*, Conte abbia aumentato la sua popolarità?

⁸⁸ Bobba, G., Cepernich, C., (2009). La costruzione dell'«eccezionale» come risorsa per il consenso. Il terremoto tra celebrazione mediale e opportunismo politico. *Meridiana*, (65/66), pp. 153–184.

4. Dopo la seconda ondata a settembre 2020, ritieni che la tua fiducia nel governo Conte sia diminuita?
5. A distanza di un anno dall'inizio della pandemia, il tuo livello di fiducia nei confronti delle istituzioni è diminuito?
6. Sei d'accordo nell'affermare che Conte, in qualità di premier, avrebbe potuto gestire diversamente la pandemia?

Il mio obiettivo era quello di realizzare un sondaggio univoco che racchiudesse in sé il nucleo portante dei temi affrontati nella presente trattazione: la fiducia, il ruolo del leader, la comunicazione istituzionale in un contesto emergenziale.

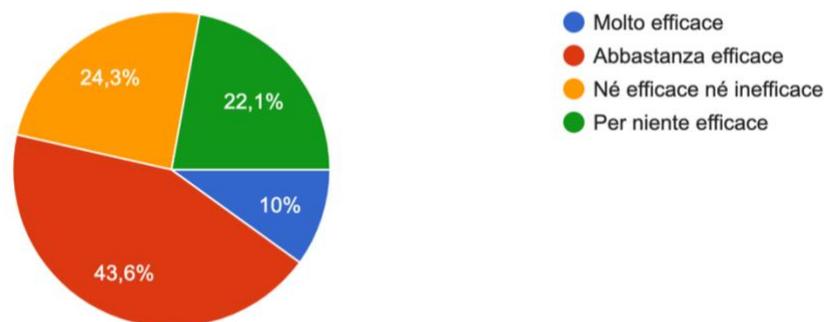
Anzitutto, la prima domanda mirava a richiedere una valutazione complessiva dell'operato contiano come *premier*, operato cominciato il 1° giugno del 2018 e conclusosi ufficialmente il 13 febbraio 2021. Nelle mie intenzioni, questo quesito mirava all'accantonare l'influenza del proprio colore politico, al fine di giudicare la presidenza di Conte in qualità di cittadini e dunque destinatari primi delle sue scelte e azioni. La richiesta di questa sorta di giudizio *super partes* era importante al fine di ottenere una risposta oggettiva rispetto all'incarico di Giuseppe Conte, passato dall'essere un semplice presidente universitario di Diritto Privato alla carica di Presidente del Consiglio di due governi estremamente diversi tra di loro, il primo più tendente al sovranismo, il secondo dai tratti ben più europeisti. Alla luce dei risultati ottenuti, ben il 45,7% degli intervistati si è dichiarato abbastanza soddisfatto dell'esperienza con l'ex leader pugliese, anche se il 20% ha preferito non prendere una posizione precisa a tal riguardo affermando di non essere né soddisfatto né insoddisfatto e sono più coloro che si ritengono abbastanza insoddisfatti (16,4%) rispetto ai molto soddisfatti (11,4%).



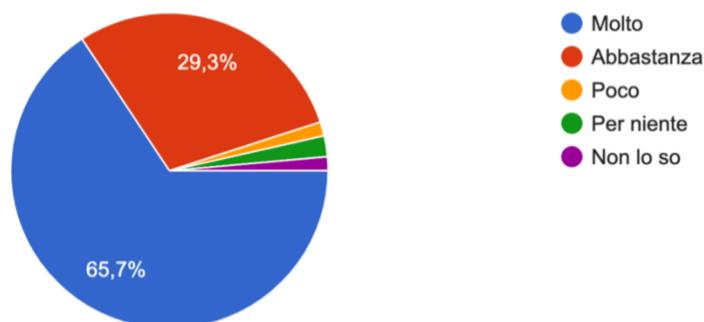
Il secondo quesito richiedeva in maniera molto secca e diretta un'opinione generale sull'efficacia della comunicazione istituzionale italiana durante la pandemia.

Se il 43,6% del campione la giudicava abbastanza efficace, quasi un quarto (22,1%) dei rispondenti

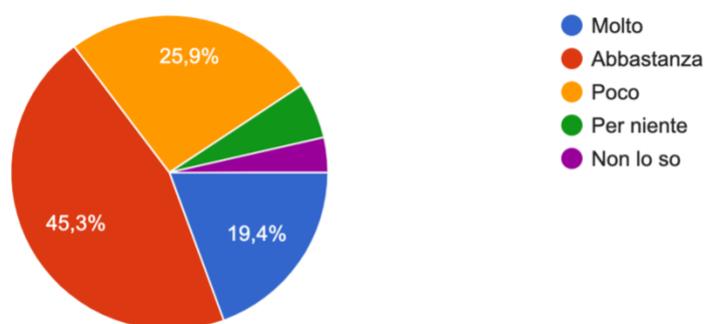
l'ha addirittura valutata come “per niente efficace”; una percentuale simile (24,3%) è quella di coloro che invece si collocano nel mezzo, considerandola né efficace né inefficace. Il dato allarmante concerne quell'esiguo 10% di chi ha stimato una piena efficacia della comunicazione istituzionale. A fronte di questi risultati, è possibile asserire che quest'ultima non ha ottenuto quei risultati che non solo erano sperati ma che dovrebbero essere “di default” in un regime democratico. Gli sbagli comunicativi e la mancanza di chiarezza e trasparenza a cui siamo stati tutti sottoposti nell'ultimo anno hanno guidato il giudizio mediocre di larga parte del campione.



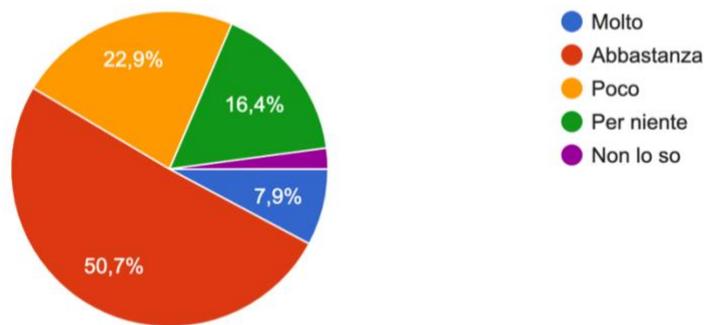
Andando avanti alla terza domanda, qui si è voluto indagare sull'idea che i giovani di oggi hanno dell'acquisita popolarità dell'ex Presidente del Consiglio Conte. Difatti, il sondaggio ha confermato un'opinione ormai nota e risaputa nella società italiana: la grande notorietà ottenuta dallo stesso contestualmente allo svilupparsi della pandemia, grazie al ruolo inedito e inaspettatamente personalistico che ha rivestito e che è stato in questa sede preso in considerazione. Di conseguenza, ben il 65,7% del campione rappresentativo ha affermato come la fama di Conte sia aumentata “molto” già dall'arrivo della prima ondata di Coronavirus e del *lockdown*, e il 29,3% ritiene che sia aumentata “abbastanza”. In ogni caso, possiamo vedere come la quasi totalità del gruppo considerato (94%) abbia percepito l'incremento in questione. È pertanto esigua la percentuale di coloro i quali non hanno invece percepito questo cambiamento o l'hanno percepito poco.



Il quarto interrogativo perteneva alla fiducia nei confronti del governo Conte bis con l'arrivo della seconda ondata di Coronavirus al ritorno dalle scorse vacanze estive, nel settembre 2020. In ottemperanza a quanto si è voluto dimostrare nel presente elaborato, la maggior parte degli intervistati (90% circa) ha avvertito un cambiamento nel proprio legame fiduciario verso il governo sopracitato. La quasi metà del campione (45,3%) ha “abbastanza” percepito tale involuzione, il 25,9% l'ha percepita “poco” e il 19,4% “molto”. Si tratta di dati piuttosto allarmanti, che riconfermano la tesi qui esposta, cioè una correlazione tra il procedere dell'emergenza e l'aumento della sfiducia verso il governo, che trova il suo minimo comune denominatore in una poco efficace comunicazione istituzionale.



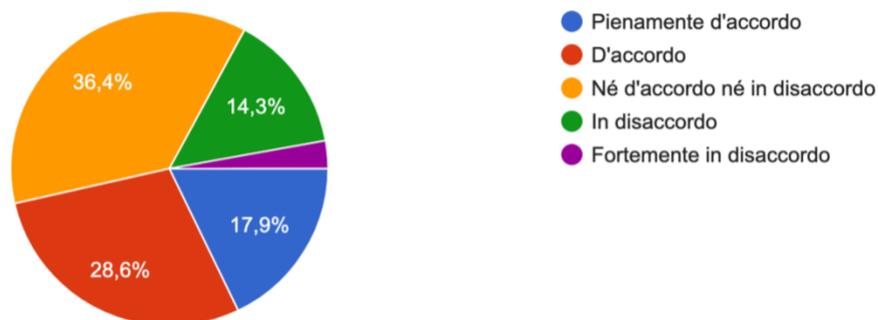
Questo decremento verso il governo è avvalorato e comprovato dall'analoga riduzione dei livelli fiduciari nei confronti delle istituzioni in generale, così come mostra il seguente grafico, istruttivo della quinta questione. I dati ivi presentati sono piuttosto simili al grafico precedente, con il valore “Abbastanza” in testa a rappresentare più della metà degli intervistati. È però interessante osservare la grande differenza, qui indicata dal 16,4%, di coloro che non hanno “per niente” mutato la propria fiducia verso le istituzioni: dimostrando in tal modo che per i giovani di oggi vi è ancora un corretto discernimento tra l'istituzione governativa e l'apparato istituzionale nel suo insieme, e che l'operato di quest'ultimo non è stato per tutti univocamente da bocciare.



L'ultima domanda fa infine riferimento alla gestione dell'emergenza pandemica da parte del protagonista di questo paragrafo nonché, più generalmente, dell'emergenza presa in considerazione in questo elaborato di tesi.

A tal riguardo, il 46,5% del campione è d'accordo e pienamente d'accordo nell'affermare che l'ex Presidente Conte avrebbe potuto gestire diversamente la pandemia, mentre il 36,4% non si esprime, e a difenderne la guida è solamente un 14,3%.

Questi numeri si inquadrano in un contesto di malcontento davanti a quanto è stato fatto, e soprattutto non fatto, nel corso di una crisi sanitaria che si è presto rivelata una crisi allo stesso tempo economica, politica e sociale.



I risultati in questione forniscono già un primo rilevante spaccato dei ragazzi italiani davanti all'operato dell'ultimo governo e delle istituzioni, offrendo uno spunto interessante e non scontato rispetto al legame fiduciario che si sta progressivamente deteriorando tra l'elettorato più giovane e gli eletti. Questo sondaggio ha dunque voluto integrare un certo filone della letteratura del nuovo Coronavirus, riguardante determinate sfaccettature sociopolitiche della pandemia ancora in corso e che ancora non avevano trovato riscontri rilevanti nei più recenti studi a riguardo; le evidenze ottenute riconfermano così quanto finanzia espresso.

3.1.3 La comunicazione contiana: criticità e conseguenze

Senza dubbio, tra le implicazioni più rilevanti della comunicazione “contiana” della pandemia, vi è stato lo svilupparsi di una sorta di “democrazia disintermediata⁸⁹”. Questo risultato è stato letteralmente sotto gli occhi di tutti, dal momento in cui i discorsi trasmessi via *social* e televisione del premier Conte, in assenza di giornalisti che potessero fare domande e in un contesto di rallentamento delle attività parlamentari, hanno dimostrato come l'emergenza sanitaria abbia avviato un processo di rifusione dei rapporti tra la classe politica e la società italiana.

Di conseguenza, le classiche mediazioni delle istituzioni, dei partiti politici e dei media tradizionali sono state superate dalle nuove tecnologie di comunicazione, utilizzate in questa situazione come canale privilegiato per avvicinare la politica ai cittadini in un rapporto diretto e personalizzato, amplificato dalle chiusure e dalle misure di distanziamento sociale che ne hanno favorito un uso ancora più intenso ed esteso.

Nelle intenzioni di Conte, siffatto metodo avrebbe dovuto rassicurare la popolazione facendo sentire più vicina la presenza dello Stato; tuttavia, molto spesso si è raggiunto il risultato contrario, rafforzando l'allarme sociale e l'ansia di una società già preoccupata per il numero di vittime e per la temporanea chiusura dei servizi e della produzione.

Con il procedere dell'emergenza, però, i cittadini si sono quasi abituati a tale disintermediazione, interiorizzando la logica dei “nuovi media” e le relative dinamiche di drammatizzazione, sensazionalismo e personalizzazione. Lo stile comunicativo in questione ha inevitabilmente evocato lo spettro di una presidenzializzazione del capo del governo, come se la politica fosse stata infettata dall'antipolitica e stesse usando i suoi metodi.

Con il senno di poi, l'assunto di fondo per una risposta comunicativa più corretta alla crisi epidemica avrebbe dovuto essere quella di coinvolgere tutti gli elementi della democrazia - istituzioni, partiti politici, associazioni, cittadini - nello spettacolo di una battaglia che ci univa come paese.

Al contrario di una democrazia disintermediata, sarebbe stata necessaria una narrazione della solidarietà, capace di generare identificazione e di indicare valori condivisi come base per l'azione.

3.2 Il caso vaticano: Papa Francesco

Dalla sua ascesa al soglio pontificio, l'argentino Jorge Mario Bergoglio non ha solo intrapreso cambiamenti significativi e trascendentali a livello ecclesiastico: è riuscito ad offrire, a fedeli e non, una lezione magistrale di comunicazione strategica.

⁸⁹ Per approfondire: <https://se-bar.medium.com/il-virus-e-la-democrazia-disintermediata-ea7557bcfece>

Nominato in un contesto di sempre più acuita sfiducia nei confronti delle istituzioni e delle autorità, è riuscito da subito a imporsi “come soggetto autorevole: non soggetto di potere, ma soggetto di carisma⁹⁰”: il Papa ha esercitato e sta tuttora esercitando un nuovo tipo di leadership religiosa che, senza lasciare da parte l'essenziale del dogma cattolico, è più rispondente ai bisogni e alle esigenze di una società caratterizzata da una pluralità di interessi e da una diversità di realtà.

Francesco ha rivoluzionato il mondo cattolico comunicando con le sue parole gentili, la sua spontaneità, il buon umore e la vicinanza, i gesti simbolici: in questo modo, la comunicazione istituzionale vaticana è stata da subito caratterizzata da un'inedita impronta di naturale convivialità. Il Santo Padre ha l'aspetto di un uomo comune che si tiene volutamente lontano dall'ostentazione, dal protocollo e dallo sfarzo che da sempre caratterizzano la maggior parte dei leader politici e religiosi, dimostrando una tattica potente per avvicinarsi alla gente, data dall'utilizzo combinato di tre strumenti precisi: l'identificazione, l'inclusione e la trasparenza.

Difatti, per raggiungere i cuori dei credenti ha da sempre utilizzato un linguaggio semplice, diretto e inclusivo, i suoi messaggi sono sempre stati pieni di aneddoti ed esperienze tali da poterli applicare alla vita quotidiana; in questi anni di pontificato ha dunque dimostrato la sua volontà di prendere le distanze dai discorsi rigidi, inquisitori ed escludenti di molti dei suoi predecessori.

La peculiarità di Bergoglio è di fatto inevitabilmente legata al contesto in cui si iscrive il suo papato, contesto che cerca mezzi e linguaggi funzionali ad una corretta trasmissione della fede per aiutare a diffonderla nell'ottica culturale del XXI secolo - segnato dalla prevalenza dell'immagine e della comunicazione digitale. La sfida è pertanto quella di comunicare nuovamente la religione cattolica in ambiti in cui ormai non può più essere data per scontata. Tuttavia, la complessità della comunicazione in un'organizzazione così varia e dotata di così tanti portavoce come la Chiesa cattolica non ha probabilmente eguali nel mondo, poiché raggiungere 1,3 miliardi di fedeli e 5.377 vescovi⁹¹ su scala globale è una sfida formidabile.

In questo contesto, il pontefice acquisisce un valore mediatico che non detiene precedenti nella storia, e lo riesce a fare con "quel sorriso che ormai ha fatto il giro del mondo e allarga i cuori", come ha avuto modo di definirlo il direttore della rivista *Civiltà Cattolica* Padre Antonio Spadaro⁹². Lo stile di leadership aperto e umile di Papa Francesco ha affascinato il mondo, e da un punto di vista tanto dottrinale quanto comunicativo, egli si sta impegnando in una varietà di conversazioni su scala globale, con posizioni e modalità per alcuni aspetti inconcepibili sotto i papi precedenti.

⁹⁰ Lorusso, A. and Peverini, P., (2017). *Il racconto di Francesco*. Roma: Luiss University Press.

⁹¹ Redazione online, (2020). Chiesa: cresce il numero di cattolici nel mondo. Sono 1,32 miliardi. *Avvenire* [Online]. Disponibile da: <https://www.avvenire.it/chiesa/pagine/chiesa-cresce-numero-cattolici-nel-mondo-sono-1-32-miliardi> [Consultato il 12 febbraio 2021]

⁹² Spadaro, A., (2013). Intervista a Papa Francesco. *L'Osservatore Romano*. Ed. quotidiana, Anno CLIII, n. 216

3.2.1 Come comunica Francesco

Al di là dei visibili cambiamenti nel linguaggio quotidiano del Pontefice, bisogna altresì prendere in considerazione anche la metamorfosi legata al suo rapporto con i mezzi di comunicazione di massa. Innanzitutto, l'importanza di Twitter per i leader è cosa nota e risaputa.

L'account Twitter di Papa Francesco ha continuato ad accumulare seguaci nel tempo; iniziati da Benedetto XVI nel dicembre 2012, gli account del Papa sui social network si sono rapidamente trasformati in una voce globale di riferimento negli ambienti digitali e hanno già suscitato l'interesse di numerosi esperti e ricercatori di comunicazione. I nove account Twitter (in spagnolo, inglese, italiano, portoghese, francese, latino, tedesco, polacco e arabo) superano i 50 milioni di follower: dopo Donald Trump e Narendra Modi, è il leader più seguito in assoluto⁹³. Il potenziale di diffusione dei suoi messaggi è impressionante: ci sono *tweets* di Papa Francesco con più di 13.000 *retweets*, e colpisce anche il numero di messaggi che diventano "preferiti", un'altra misura dell'impatto e del coinvolgimento del pubblico che è spesso usata per misurare l'efficacia della comunicazione su questa piattaforma. Il Papa ha scelto di puntare su questo mezzo al fine di essere ancora più vicino a una rete con decine di milioni di utenti in tutto il mondo: Twitter è diventato per lui uno strumento di evangelizzazione basato proprio sulla prossimità.

Questi sensazionali risultati sono stati raggiunti anche su Instagram, dove il profilo di Bergoglio ha debuttato il 19 marzo 2016. Le immagini del Papa su questo mezzo eminentemente visivo hanno raggiunto ad oggi 7,7 milioni di seguaci. Inoltre, Francesco risulta essere secondo Twiplomacy⁹⁴ l'undicesimo leader mondiale con più interazioni, un ulteriore risultato che dà un'idea dell'*engagement* del pubblico con i materiali che *@Pontifex* condivide su Instagram.

Al di là dell'innovativo ruolo dei moderni social network nella comunicazione papale, è allo stesso tempo opportuno parlare di una vera e propria riforma dei media vaticani portata avanti dal Papa. Da un punto di vista organizzativo, infatti, Francesco ha continuato e approfondito il processo di integrazione degli stessi iniziato con la nascita di news.va durante il pontificato di Benedetto XVI. La creazione, con un Motu Proprio del Papa, della Segreteria per la Comunicazione nel giugno 2015 ha avuto il merito di innalzare ufficialmente lo status della comunicazione all'interno dell'organigramma vaticano. Già nel primo paragrafo della Lettera Apostolica viene evidenziato in modo inequivocabile il suo obiettivo centrale: "L'attuale contesto comunicativo, caratterizzato dalla presenza e dallo sviluppo dei media digitali, dai fattori della convergenza e dell'interattività, richiede un ripensamento del sistema informativo della Santa Sede e impegna ad una riorganizzazione che, valorizzando quanto nella storia si è sviluppato all'interno dell'assetto della

⁹³ Fonte: Statista, "Heads of state with the most twitter followers"

⁹⁴ Fonte: Twiplomacy, "World leaders in Instagram 2020"

comunicazione della Sede Apostolica, proceda decisamente verso una integrazione e gestione unitaria”⁹⁵. A tal fine, si è dunque istituito un nuovo dicastero della Curia Romana, dove "le seguenti organizzazioni si riuniranno nei tempi stabiliti": Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali; Sala Stampa della Santa Sede; Servizio Internet Vaticano; Radio Vaticana; Centro Televisivo Vaticano; L'Osservatore Romano; Tipografia Vaticana; Servizio Fotografico Vaticano; Casa Editrice Vaticana.

A questa importante novità, segue nel 2017 l'inaugurazione di uno spazio mediale decisivo per la comunicazione petrina, ovvero il portale Vatican.news, finalizzato a unificare l'informazione vaticana in un quadro di crescente evoluzione digitale.

Come risulta dalle affermazioni dei vertici della sopracitata Segreteria per la Comunicazione, *“Vatican News partecipa a una logica più ampia di tipo strategico che consiste nel dare una forma compiuta a un processo di riforma dei media che non è un restyling o un make-up, è un cambio di prospettiva giacché si passa da una concezione dei media a silos – uno accanto all’altro – a un’idea non di molti media coordinati, ma di multimedia”*.

Tali creazioni, dunque, costituiscono i primi passi di un rinnovamento ancora adesso in corso che tuttavia non concerne esclusivamente il riposizionamento della Santa Sede rispetto al progresso dei media digitali, ma anche le decisioni di linguaggio che sottintendono alla percezione globale dell'istituto papale.

Difatti, come afferma Paolo Peverini, *“qualsiasi azione sul piano dei linguaggi trascende la dimensione puramente editoriale e informativa per assumere una valenza più ampia, di tipo simbolico”*. Tuttavia, man mano che la Chiesa cresce mediaticamente, diventa anche necessario organizzare la comunicazione per evitare errori e riuscire a portare i messaggi al livello di un'istituzione a tutti gli effetti globale. Per essere efficace, la comunicazione ha le sue regole: aprirsi al dialogo con i media, come Francesco ancor più che i suoi predecessori ha scelto di fare, significa accettarle. Navarro-Valls, una voce autorevole in questo campo nonché primo direttore della Sala Stampa della Santa Sede dal 1984 al 2006, lo aveva sottolineato in un'intervista rilasciata al giornale di Barcellona La Vanguardia già nel 2005:

“Non mi è mai piaciuta l'espressione: 'La Chiesa deve usare i media', perché è strumentale. La questione è se la Chiesa cattolica è disposta a partecipare come uno in più nella dialettica dei media. Questo implica l'adozione di alcune regole del giornalismo contemporaneo: la tempestività (la notizia non può aspettare), il linguaggio, la semantica, le diverse dinamiche della stampa, della radio, della televisione, di Internet... In sostanza, si tratta di un cambio di mentalità. Inoltre, non

⁹⁵ Tratto dalla lettera apostolica in forma di *motu proprio* “L’attuale contesto comunicativo” del 27 giugno 2015. Disponibile da: http://www.vatican.va/content/francesco/it/motu_proprio/documents/papa-francesco-motu-proprio_20150627_segreteria-comunicazione.html

lavoriamo con un solo fuso orario; dobbiamo tenere conto di che ora è a Tokyo, Hong Kong e Manila, e che ora è in Canada e Argentina. Il tempo e la lingua sono importanti, perché ci rivolgiamo a un mercato multiculturale e multilingue. Non si può lavorare solo con una mentalità europea, perché si tratta di informazioni sui valori cristiani universali, che possono interessare uno scintoista giapponese o un animista camerunese.⁹⁶”

Questo approccio multidimensionale e multilinguistico è sempre stato una sfida, e nonostante opinioni discordi il Pontefice e il suo entourage hanno dimostrato di riuscire a destreggiare nelle insidie comunicative che un’audience di questa portata nasconde.

3.2.2 Ai tempi del Covid: parole semplici e gesti simbolici

Tale *modus operandi* non si è interrotto con l’arrivo dell’emergenza epidemiologica, ma si è anzi intensificato al fine di garantire ancor di più il supporto del Pontefice alla sua *audience* mondiale, attraverso discorsi chiari e atti simbolici.

Segnatamente, si potrebbe affermare che la strategia comunicativa di Papa Francesco nel corso del Coronavirus abbia avuto inizio in un luogo e in una data ben precisi: in piazza San Pietro, alle ore 18 del 27 marzo, con un discorso e delle immagini che rimarranno negli annali.

In un momento storico peculiarmente drammatico, la benedizione *Urbi et Orbi* del vicario di Roma ha racchiuso in un tutt’uno la sua spontanea capacità comunicativa e l’inusuale scenografia di un palco illuminato, in una piazza tanto deserta quando paradossalmente conosciuta in ogni dove per essere una delle piazze più frequentate del mondo.

Invero, nel fotogramma in questione Piazza San Pietro è bagnata dalla pioggia mentre scende il buio, e un anziano vestito di bianco rallentato da un’anca dolorosa esce in un vuoto minaccioso per offrire la sua benedizione al mondo. Lo fa brandendo il Santissimo Sacramento, simbolo del bene contro il male, per implorare la fine della pandemia. Tale scenario di angoscia e inquietudine è quasi ossimorico rispetto alle parole del Vescovo di Roma, che nella sua orazione - seguita solo in Italia da 17 milioni di telespettatori - riesce a rendere la parola di Dio di comprensione ed efficacia immediata: *“Non abbiate paura”*.

Pochi giorni dopo, invece, nel corso della Messa in onore della Santa Pasqua Papa Francesco ha scelto di non fare un’omelia bensì di restare in silenzio. Allo stesso modo, la Via Crucis si è svolta sul sagrato della Basilica di San Pietro, piuttosto al Colosseo e al Palatino come da tradizione dal

⁹⁶ Traduzione mia dall’intervista del 21 gennaio 2005 per "La Vanguardia", concessa da Joaquín Navarro Valls, allora direttore della Sala Stampa della Santa Sede, a María-Paz López, corrispondente dal Vaticano. Disponibile via: <https://www.almudi.org/noticias-antiguas/3230-el-portavoz-del-vaticano-afrenta-la-polvareda-levantada-en-torno-al-preservativo>

1964; anche in questa occasione, ai discorsi di rito il Pontefice ha privilegiato un silenzio orante nel rispetto di chi, in quel preciso contesto di dolore, stava vivendo la propria personale “croce”.

Fondamentalmente, accanto alla rivisitazione di queste prassi canoniche, nell’impossibilità di riunire i fedeli durante la scorsa Settimana Santa, il Vaticano – volente o nolente - ha privilegiato la comunicazione attraverso le reti sociali e la televisione.

Di conseguenza, la drammaticità dell’emergenza pandemica ha fatto emergere nella comunicazione del Papa una vera e propria tensione tra il contatto e la lontananza, tra lo schermo e la realtà, tra inclusione cattolica ma reclusione governativa.

A tal proposito, un ulteriore elemento da prendere in analisi sono i pareri, spesso divergenti e contrastanti, del Pontefice rispetto alle direttive dei vescovi italiani; i pochi punti di incontro tra il Trono Petrino e la CEI hanno indicato a più riprese una mancanza di coordinamento nella strategia per affrontare l’epidemia. Senza ombra di dubbio, sin dall’inizio dell’emergenza sanitaria, il terreno di scontro più duro – anche con il governo italiano – è stato l’apertura delle chiese.

Alla metà di marzo, il cardinale vicario di Roma Angelo De Donatis aveva infatti scelto di chiudere i luoghi di culto al pubblico dopo una consultazione con lo stesso Pontefice; il giorno successivo, proprio Francesco aveva scelto di tornare indietro sui suoi passi e far emanare a De Donatis un nuovo decreto, opposto al primo. Allo stesso tempo, attraverso interviste pubbliche e comunicati ufficiali, le gerarchie ecclesiastiche della CEI invitavano alla chiusura delle chiese e alla sospensione delle funzioni religiose, compresi matrimoni e funerali⁹⁷.

L’episodio - qui sinteticamente riassunto - di cortocircuito comunicativo tra il Vaticano e i portavoce dei vescovi italiani si è poi tradotto inevitabilmente in un ripensamento dei riti liturgici formato digitale.

Ad esempio, la diretta streaming quotidiana della celebrazione eucaristica dalla Domus Sanctae Marthae, inaugurata dal 9 aprile⁹⁸ si era rapidamente trasformata in un vero e proprio *habitué*, nonostante l’avversione del Pontefice stesso, il quale difatti aveva affermato proprio durante uno di questi appuntamenti mattutini - segnatamente il 17 aprile successivo - la sua volontà di non viralizzare la Chiesa: *“Ok” le messe in diretta streaming senza fedeli, ma solo in tempi di crisi perché “questa non è la Chiesa: questa è la Chiesa di una situazione difficile, che il Signore permette, ma l’ideale della Chiesa è sempre con il popolo e con i sacramenti. Sempre”*.

Alla luce di tali affermazioni, è facile comprendere la volontà papale di interrompere a partire dal 19 maggio, con l’uscita dal primo *lockdown*, il collegamento con la Messa online; nelle parole del direttore della Sala Stampa della Santa Sede Matteo Bruni, l’auspicio di Francesco era quello di

⁹⁷ Per approfondire: https://roma.corriere.it/notizie/cronaca/20_aprile_28/coronavirus-papa-ora-invita-rispettare-regole-cosa-c-dietro-strategia-incerta-chiesa-60cbbd38-8936-11ea-8073-abb9eae2ee6.shtml

⁹⁸ Per approfondire: <https://www.ilfaroonline.it/2020/05/12/vaticano-dal-19-maggio-stop-alle-dirette-della-messa-del-papa-da-santa-marta/338793/>

“tornare alla familiarità comunitaria con il Signore nei sacramenti, partecipando alla liturgia domenicale, e riprendendo, anche nelle chiese, la frequentazione quotidiana del Signore e della sua Parola”.

In ogni caso, in questa situazione mai sperimentata prima nella storia dell'umanità, il Pontefice si è fatto messaggero di una presenza molto viva e concreta della Chiesa alla sofferenza del mondo. Nonostante la matrice positiva dei messaggi del Pontefice, l'eco sostanzialmente negativa degli stessi ha indotto il Vaticano a un cambio di rotta per la strategia di comunicazione papale con il passaggio all'anno nuovo. Una volta iniziato il 2021, il Pontefice ha difatti scelto delle tribune inedite e inconsuete per lanciare i suoi messaggi, intervenendo sulle pagine di Sportweek, Vanity Fair Italia e Vogue Italia⁹⁹.

Per quanto concerne lo speciale di Sportweek, il Pontefice ha affidato al direttore del *magazine* Pier Bergonzi un'“enciclica laica” sullo sport articolata in sette punti chiave; la copertina su Vanity Fair per il primo numero del 2021 era invece finalizzata a lanciare un messaggio di amore e speranza per ricordare che da crisi come questa non si esce uguali, ma migliori o peggiori; infine, sulle pagine di Vogue, l'invito alla fede e all'attesa di giorni migliori di Francesco è indirettamente rilanciato attraverso le parole di padre Antonio Spadaro.

Questa inusuale scelta mediale è chiara: davanti all'iniziale oscuramento delle citazioni papali, sempre meno spesso riprese dai media tanto italiani quanto stranieri, l'obiettivo della comunicazione vaticana è diventato chiaramente quello di rilanciare il ruolo del Pontefice a livello internazionale e rispetto a *audience* più estese, ma cercando di tenersi lontano dalle polemiche. I presupposti sembrano esserci: l'economista e gesuita francese Gaël Giraud ha a tal proposito affermato che “il mondo ha appena preso coscienza che di fronte alla quasi totale disfatta dei nostri leader politici, c'era invece un vero capo di stato, un uomo capace di perseguire questo posizionamento di leadership globale a cui aveva già dato prova, per esempio attraverso la sua enciclica del 2015 sull'ecologia, *Laudato Si.*”¹⁰⁰.

Francesco, in un contesto emergenziale, è difatti riuscito a veicolare dei messaggi e dei valori specifici, utilizzando molto spesso immagini allegoriche riconducibili ai due diversi mondi del “bene” e del “male”.

⁹⁹ Per approfondire: <https://www.gazzetta.it/Altri-Mondi/02-01-2021/papa-francesco-7-puntiu-enciclica-sport-sportweek-3902138265796.shtml>; <https://www.vanityfair.it/news/storie-news/2021/01/06/papa-francesco-cover-nuovo-numero-vanity-fair>; <https://www.vogue.it/news/article/papa-francesco-mondo-tessuto-fili-antonio-spadaro>

¹⁰⁰ Traduzione mia da: Colonna-Cesari, C., (2020). “Pâques 2020: avec le coronavirus, le pape François ressuscité!”, Marianne [online]. Disponibile da: <https://www.marianne.net/monde/paques-2020-avec-le-coronavirus-le-pape-francois-ressuscite> [Consultato il 13 febbraio 2021]

Ad esempio, un nemico ben preciso è stato l'individualismo: il Pontefice ha più volte¹⁰¹ messo in guardia il mondo dal tornare a vedere il "virus dell'individualismo" come principio guida della società, una volta terminata la pandemia. La logica plurale del bene comune deve infatti superare "la promozione personale", per passare definitivamente dall'"io" al "noi".

Alla luce di queste considerazioni, l'esempio utilizzato da Francesco per fare il suo punto sono stati proprio gli operatori sanitari, veri e propri "angeli" la cui professionalità ha rappresentato uno dei "pilastri¹⁰²" dell'Italia nei momenti più bui dell'emergenza pandemica.

Un altro antagonista da combattere è stata la disinformazione. Infatti, nell'era delle comunicazioni istantanee e delle fake news, nell'ambito di un'infodemia globale come approfondito nel capitolo precedente, il Pontefice ha ribadito spesso come tanto i giornalisti quanto i cittadini debbano recuperare la pratica di verificare le informazioni prima di condividerle¹⁰³. Nel suo messaggio per celebrare la Giornata Mondiale della Comunicazione, pubblicato il 23 maggio, il Santo Padre ha ricordato come "Vieni e vedi" sia il metodo più semplice per conoscere una situazione: al fine di conoscere, è effettivamente necessario incontrare altre persone, lasciarsi raggiungere dalle loro testimonianze.

Nondimeno, ognuno è responsabile della comunicazione che fa, delle informazioni che condivide, del controllo che può esercitare sulle *fake news* mettendole in esposizione; proprio per questo, in tempi di infodemia più che mai, l'invito del Vicario di Cristo ai fedeli è stato quello di rendersi testimoni della verità, andando, vedendo e condividendo.

Pertanto, egli stesso ha scelto di sfruttare il suo potere comunicativo istituzionale al fine di divulgare determinati appelli, come per esempio quelli relativi alla campagna vaccinale.

A tal proposito, ha esortato pubblicamente i cittadini a vaccinarsi: "Credo che eticamente tutti dovrebbero prendere il vaccino", ha detto il Papa in un'intervista all'emittente televisiva Canale 5. "È una scelta etica perché si gioca con la propria salute, con la propria vita, ma si gioca anche con la vita degli altri¹⁰⁴".

I commenti, le preghiere, le sollecitazioni e le rassicurazioni del Santo Padre nel corso di quest'emergenza sono dunque stati all'ordine del giorno, dimostrando a tutti gli effetti l'efficacia del suo ruolo di leader temporale e spirituale durante i tempi bui della pandemia.

¹⁰¹ Vedi Avvenire (<https://www.avvenire.it/chiesa/pagine/intervista-papa-francesco-tg5>), Vatican News (<https://www.vaticannews.va/it/papa/news/2020-08/papa-francesco-udienza-generale-pandemia-dignita-esseri-umani.html>)

¹⁰² Per approfondire: <http://www.farodiroma.it/la-preghiera-del-papa-per-gli-operatori-sanitari-in-lotta-contro-il-covid-19/>

¹⁰³ Per approfondire: <https://www.zonlocale.it/2021/01/24/papa-francesco-vieni-e-vedi-l-importanza-di-comunicare-incontrando-le-persone-dove-e-come-sono-49175?e=italia>

¹⁰⁴ Per approfondire: <https://www.lastampa.it/topnews/primo-piano/2021/01/10/news/papa-il-vaccino-scelta-etica-io-lo-faro-1.39755970>

3.2.3 *Un papa popolare o populista?*

In conclusione, il pontificato di Jorge Bergoglio è cominciato ed andato avanti contestualmente a un clima di crescente autoritarismo politico nel mondo intero, ed in siffatto contesto egli ha prediletto un approccio non convenzionale e decisamente umile al potere del trono petrino.

In continuità con San Francesco d'Assisi ha scelto tanto il nome quanto la mitezza, eppure questo suo Papa contrapposto alla figura dell'uomo forte ha ricevuto e continua a ricevere numerose critiche per il suo operato. Eppure, Bergoglio è oggi uno dei leader più influenti a livello mondiale: nel 2013, è stato nominato persona dell'anno dalla rivista Times, che ha sottolineato il ruolo cruciale del pontefice nel cambiare la percezione della Chiesa cattolica sia tra i suoi membri che tra il pubblico in generale¹⁰⁵.

Tutti i fattori fin qui analizzati spiegano dunque il fascino dei media e del pubblico solamente in parte, ma non del tutto: Papa Francesco è senza dubbio classificabile come uno dei grandi fenomeni dell'opinione pubblica e della comunicazione dell'inizio del XXI secolo.

L'efficacia della sua comunicazione si basa non solo su ciò che dice, ma anche su ciò che fa; in un certo senso, la sua strategia consiste nella mancanza di strategia.

Come precedentemente accennato, i suoi ingredienti chiave sono la freschezza, semplicità e spontaneità, che, in qualità di leader, lo rendono difficile da classificare secondo le categorie convenzionali dei media: ad esempio Francesco è tradizionale, ma non conservatore.

Tutto ciò confonde molti osservatori perché il suo papato non si inserisce perfettamente in nessuno schema classificatorio prestabilito. A questo proposito, il teologo argentino padre Carlos Maria Galli ha difatti notato che “per capire Francesco, non c'è bisogno di etichette. Bisogna capire da dove viene”¹⁰⁶.

Francesco viene infatti dall'America Latina, e come sostiene il professore di Storia dell'America Latina dell'Università di Bologna Loris Zanatta nel suo ultimo libro “Il populismo gesuita Perón, Fidel, Bergoglio”, c'è un filo rosso che provocatoriamente lega il pontefice alle sopraccitate personalità politiche. Difatti, per il professore di Storia dell'America Latina dell'Università di Bologna “*tutto viene dalla stessa fonte: quell'idea di costruire un tipo di società organica e collettivista come quella che i Gesuiti avevano realizzato nelle loro “Missioni del Paraguay (...)* Non tutti i populismi latini sono gesuiti, né tutti i gesuiti sono populisti. In tutti i “populismi

¹⁰⁵ Per approfondire: https://roma.corriere.it/roma/notizie/cronaca/13_dicembre_11/papa-bergoglio-l-uomo-dell-anno-time-1ba3c6ac-6263-11e3-a809-0fced5f7d9ac.shtml

¹⁰⁶ Traduzione mia da: San Martin, I., (2015). “For Pope Francis, people are more important than ideas”. *Crux* [online]. Disponibile da: <https://cruxnow.com/papal-visit/2015/09/for-pope-francis-people-are-more-important-than-ideas/> [Consultato il 2 febbraio 2021]

gesuiti” è però evidente l'impronta gesuita. Per tutti combattere la ricchezza, fonte di corruzione, è più importante che estirpare la “santa povertà”, garanzia di moralità”¹⁰⁷.

Invero, l'idea di popolo del Pontefice è quella di popolo inteso come comunità organica, coerente con la concezione da sempre privilegiata dalla storia argentina. Lo storico Gianni La Bella ritiene però che non sia propriamente corretto etichettare il pontefice come “populista” *tout court*, anche se sicuramente nel suo pontificato “*c'è una lettura molto chiara dei termini ricchezza e povertà, chiede un mondo di uguaglianza e pari opportunità, e porta un nome, Francesco, che è esso stesso un programma*”. Rispetto al populismo, “*più volte il Papa ha parlato di differenza tra populismo e politiche popolari. E più volte ha criticato gli attuali populismi, che alimentano paure e rabbia, e a volte hanno elementi di xenofobia. Ben altra cosa è parlare di politiche pubbliche che mettano al centro il popolo. E papa Bergoglio ha negli occhi i popoli latinoamericani costituiti da poveri*”¹⁰⁸. Come dimostra l'enciclica “Fratelli Tutti” del 3 ottobre 2020, promulgata all'alba della seconda ondata italiana dell'epidemia, Francesco guarda quindi a una sorta di “terza via” tra il modello neoliberale (“*inadeguato ai problemi e alle miserie di oggi*”) ed il modello populista (“*che elimina la vera democrazia*”) ¹⁰⁹.

Dunque, più che “populista”, si potrebbe definire Bergoglio come un “popolare”. Nonostante ciò, la sua popolarità è sempre più spesso intaccata e bersagliata: l'approccio comunicativo al Coronavirus è stato la cartina al tornasole di tali attacchi. Seppur il Papa abbia parlato quotidianamente al mondo di tale emergenza, di “amore”, “unità”, “fraternità”, “speranza”, i suoi discorsi sono stati oggetto di critiche e contestazioni. Infatti, se Francesco è stato a lungo chiamato “il Papa del popolo”, come afferma il corrispondente di CBS News Chris Livesay, da quando è scoppiata la pandemia è stato piuttosto il Papa senza popolo¹¹⁰.

Non è insolito né sorprendente incontrare discordia e opposizione nella Chiesa cattolica, anche se nella fattispecie considerata le critiche a Papa Francesco possiedono due dimensioni, una teologica

¹⁰⁷ Stefanini, M., (2020). “Il populismo gesuita: Il filo rosso che unisce Perón, Fidel, Chávez e Papa Bergoglio”. Linkiesta [online]. Disponibile da: <https://www.linkiesta.it/2020/07/populismo-sudamerica-america-latina-fidel-castro-peron-hugo-chavez-bergoglio-papa-francesco/> [Consultato il 5 marzo 2021]

¹⁰⁸ Desidera, B., (2020). “La Bella (storico): “Francesco né populista né contro il libero mercato, dice no alla globalizzazione dell'indifferenza”. *La Difesa del Popolo* [online]. Disponibile da: <https://www.difesapopolo.it/Idee/La-Bella-storico-Francesco-ne-populista-ne-contro-il-libero-mercato-dice-no-alla-globalizzazione-dell-indifferenza> [Consultato il 21 marzo 2021]

¹⁰⁹ Liberamente tratto dall'enciclica “Fratelli Tutti” di Papa Francesco del 3 ottobre 2020, disponibile da: http://www.vatican.va/content/francesco/es/encyclicals/documents/papa-francesco_20201003_ enciclica-fratelli-tutti.html

¹¹⁰ Traduzione mia da: Chris Livesay, (2021). Come COVID sta colpendo Papa Francesco e la Chiesa cattolica spiritualmente e finanziariamente questa Settimana Santa. [online] CBS News. Disponibile via: <https://www.cbsnews.com/news/holy-week-pope-francis-holy-thursday-covid-hits-catholic-church/> [Consultato il 26 aprile 2021].

e l'altra più sociopolitica. La critica teologica parte dalla convinzione che Francesco non è un teologo ma viene dal Sud America, dalla fine del mondo; e che giustappunto questa mancanza di professionalità teologica - in netto contrasto con l'acume accademico di San Giovanni Paolo II e ovviamente di Papa Benedetto XVI - spiega quelle che si considerano come le sue imprecisioni e persino i suoi errori dottrinali. La trasparenza della sua comunicazione istituzionale, che per molti costituisce la chiave di volta del suo successo, è pertanto intesa da altri come invece un'arma a doppio taglio, una vetrina per la sua impreparazione.

Tuttavia, pur avendo prima studiato e poi insegnato teologia pastorale a San Miguel de Buenos Aires come Jorge Mario Bergoglio, ora i suoi pronunciamenti appartengono alla sede pastorale del vescovo di Roma: Francesco non aspira a ricoprire tale ruolo come teologo bensì come pastore. Ciò che gli viene recriminato dai suoi detrattori è che la sua teologia nasce dalla realtà: dalla realtà dell'ingiustizia, della povertà e della distruzione della natura, dalla realtà del clericalismo ecclesiale, dalla realtà di oggi che è quella del Covid-19, dunque morte e malattia.

Da un punto di vista invece sociopolitico, la nota di biasimo più frequente vede Francesco come un terzomondista e un comunista, quantunque il suo messaggio risulti essere in perfetta continuità con la tradizione profetica biblica e gli insegnamenti sociali della Chiesa.

Quella che professa Francesco è infatti la dottrina sociale della Chiesa stessa, e in continuità con quest'ultima è possibile inscrivere il suo approccio comunicativo all'emergenza da Covid-10, nonostante la scarsa eco mediatica che ha ricevuto.

3.3 Il caso statunitense: Donald Trump

Durante la pandemia COVID-19, molti media si sono concentrati sulla questione della *leadership*, specificatamente sui diversi approcci posti in essere dai leader nell'affrontare la crisi sanitaria. L'obiettivo di questa analisi è capire come la comunicazione in tempi di crisi sanitaria viene affrontata dal leader di un paese che a tal proposito detiene uno dei più alti tassi di mortalità, ovvero gli Stati Uniti d'America.

Inoltre, durante la pandemia da COVID-19 - nella prima metà del 2020 - negli Stati Uniti, l'attenzione è stata spartita con un altro momento topico della vita politica statunitense, ovvero la campagna elettorale. Ciò ha reso istituzionalmente più difficile costruire una comunicazione efficace sia nei confronti dell'emergenza sanitaria che delle elezioni, soprattutto a causa del fatto che molti eventi, convegni, dibattiti sono stati cancellati a partire da marzo.

Oltretutto, come è possibile ricordare, Donald Trump ha rivestito nel corso del 2020 sia il ruolo di presidente in carica che di candidato alle elezioni presidenziali statunitensi del medesimo anno, dimostrando come il ruolo del leader durante una simile crisi socioeconomica internazionale può in

ultima analisi avere un'enorme influenza sull'esito delle elezioni e politicizzando a tutti gli effetti l'emergenza pandemica.

Infatti, prima che il presidente Trump annunciasse la gravità della situazione, molteplici organizzazioni di media, tra cui Fox News, stavano minimizzando la natura critica del virus: questa sottovalutazione ha avuto ripercussioni non indifferenti, così come messo in luce da diversi studi che hanno mostrato come i repubblicani che non si fidavano dei media tradizionali e la cui fonte di notizie centrale era Fox News e altri media di destra erano molto "meno propensi a prendere i rischi del coronavirus così seriamente come le loro controparti democratiche".

L'allora presidente ha poi cambiato la sua retorica da "il virus se ne andrà" dell'inizio di marzo al nuovo *storytelling* "questa è una pandemia" il 17 marzo. Nel medesimo mese, il 26 marzo, gli Stati Uniti hanno fatto notizia in tutto il mondo per essere la nazione con il maggior numero di casi di Covid-19. Se da un lato non è possibile dare univocamente la colpa per la diffusione del Coronavirus negli USA solo a Donald Trump, dall'altro lato sono molteplici i fattori in virtù dei quali è possibile puntare il dito contro il *tycoon*. Trump, difatti, già nel 2018 aveva smantellato la *pandemic response unit* statunitense, e quando poi in tempi più recenti la pandemia stava effettivamente arrivando si era rifiutato di ascoltare gli avvertimenti degli scienziati e dell'intelligence statunitense. Oltretutto, forse uno dei più grandi problemi creati da Trump è stato far circolare la disinformazione: dal definire il virus una banale influenza, descrivendo la situazione come una bufala mediatica, al prescrivere medicine per la malaria per trattare il COVID-19, la comunicazione trumpiana della crisi sanitaria è stata eccezionalmente dannosa. Anche se c'erano abbastanza avvisaglie che la situazione del Covid-19 potesse diventare pericolosa già a gennaio, è stato quindi solo a metà marzo che Trump ha riconosciuto pubblicamente la gravità della situazione; fino a quel momento, la maggioranza degli americani non ha prestato attenzione al virus ignorando tutte le linee guida sul distanziamento sociale.

Il fatto che Trump abbia sottostimato una pandemia globale nei primi essenziali momenti, definendola come una montatura dei media, è proprio al centro del suo rapporto con i media stessi, da lui a più riprese definiti come il "nemico del popolo". Condurre un paese a credere che non ci si debba fidare della stampa è pericoloso a molti livelli, e specificatamente nella situazione Covid-19 la sua sfiducia nei media si è tradotta in persone che ignorano le linee guida di organizzazioni governative e scienziati. Giustappunto, mentre i professionisti della salute, gli scienziati e i media (escludendo Fox News e altre organizzazioni di destra) continuavano a esporre le ragioni del distanziamento sociale e delle misure restrittive, Trump ha continuato a *twittare* sui suoi profili attacchi diretti contro emittenti e testate come "Fake News CNN", "LameStream media" e "Fake News NYT". Mentre i casi di Covid-19 continuavano a crescere esponenzialmente negli Stati Uniti,

il presidente ha twittato il 25 marzo: "*I LameStream Media*¹¹¹ sono la forza dominante nel cercare di farmi tenere il nostro Paese chiuso il più a lungo possibile nella speranza che sia dannoso per il mio successo elettorale. La vera gente vuole tornare al lavoro il prima possibile. Saremo più forti che mai!".

In breve, la pandemia in corso ci permette di vedere come il rapporto di Trump con i media e la disinformazione deliberata su Covid-19 abbia avuto conseguenze – spesso tragiche - nel mondo reale.

3.3.1 La comunicazione pubblica della salute di Trump

Prima della pandemia, l'ex presidente Trump non aveva discusso questioni di salute pubblica nel dettaglio, e quando tale occasione si presentava il presidente spesso finiva per disinformare il pubblico.

Già durante la campagna presidenziale del 2016 l'allora candidato Trump dedicò solo una piccola parte dei suoi discorsi, pubblicità e interviste a questioni di salute pubblica¹¹².

Dopodiché, secondo il Washington Post, dal suo insediamento il 20 gennaio 2017 al 27 aprile 2019, il presidente Trump aveva rilasciato addirittura 10.000 dichiarazioni fuorvianti. Di queste ultime, solo il 6,6% (per un totale di 662 dichiarazioni) riguardava questioni legate alla salute, e secondo un'analisi del professore statunitense Hatcher¹¹³ erano categorizzabili in sette tipologie principali: dichiarazioni ingannevoli sulla la stabilità e il costo dell'*Obamacare*¹¹⁴, dichiarazioni ingannevoli sull'abrogazione dell'*Obamacare*, dichiarazioni fuorvianti sull'assistenza sanitaria per i veterani, dichiarazioni fuorvianti sull'assistenza sanitaria, dichiarazioni fuorvianti su Medicare-for-All, dichiarazioni fuorvianti sui farmaci da prescrizione e dichiarazioni fuorvianti sull'aborto.

Infine, dall'inizio della crisi attuale, le dichiarazioni ingannevoli del presidente sulla salute sono aumentate. Queste dichiarazioni possono essere invece organizzate in tre aree, che seguono la teoria dei flussi dell'*agenda-setting* di Kingdon¹¹⁵.

La prima area concerne le comunicazioni che si concentrano sul problema. Queste includono la riluttanza di Trump a riconoscere la pandemia durante le prime settimane del 2020, in particolare

¹¹¹ Con l'espressione "LameStream Media" si intendono nel linguaggio gergale statunitense le grandi organizzazioni di media come NBC/MSNBC, CBS, ABC, CNN, e NPR Radio, che sono in realtà organizzazioni di notizie molto legittime ma spesso accusate di parzialità poiché mettono in imbarazzo e sottolineano l'ipocrisia di molti esponenti del mondo di destra.

¹¹² Hatcher, W., & Vick, A. (2018). "Public health issues in 2016 presidential campaign communications". *American journal of public health*, 108(2), 191–192.

¹¹³ Hatcher, W., (2020). "President Trump and health care: A content analysis of misleading statements". *Journal of Public Health*, vol. 42, n. 4, pp. 482-486.

¹¹⁴ *Obamacare* è un termine alternativo, nato negli Stati Uniti, per indicare il Patient Protection and Affordable Care Act (ACA) del 2010. L'obiettivo di questo piano, proposto dall'allora presidente Barack Obama, era di rendere l'assistenza sanitaria più accessibile a tutti, abbassando i costi per coloro che non potevano affrontarli.

¹¹⁵ Kingdon, J. (2010). *Agendas, alternatives, and public policies*. Pearson.

nei mesi di gennaio e febbraio, dove un'azione tempestiva avrebbe invece potuto migliorare la risposta di salute pubblica della nazione intera.

In secondo luogo, un'altra area di riferimento riguarda le comunicazioni che si concentrano sulle procedure sanitarie, come ad esempio l'"inganno" nei confronti del pubblico sull'efficacia dei farmaci anti-malaria¹¹⁶.

Infine, la terza area afferisce alle comunicazioni che si concentrano sulla politica, vedi le dichiarazioni sui governatori che non erano d'accordo con lui o i tentativi di spostare la colpa sull'ex presidente Obama; in ogni caso, avversari politici che non erano responsabili della scarsa risposta dell'amministrazione alla crisi del COVID-19.

Dunque, già a partire dalle prime settimane del 2020, Trump ha ripetutamente minimizzato la gravità della pandemia, facendo anche dichiarazioni che si riferivano al problema come una questione che "stava per scomparire" e chiamando il tentativo dei media di educare il pubblico sul problema come una "bufala democratica"¹¹⁷.

Inoltre, l'ex presidente ha costantemente confuso il pubblico riferendosi al virus come se fosse una minaccia minore dell'influenza stagionale: come ha *twittato*, "Così l'anno scorso 37.000 americani sono morti per la comune influenza. In media tra 27.000 e 70.000 all'anno. Niente è chiuso, la vita e l'economia vanno avanti".

Siffatte comunicazioni di Trump si sono diffuse in tutto il sistema politico degli Stati Uniti, portando ad esempio conduttori e ospiti su Fox News e altri media vicini al presidente a riprendere dichiarazioni fuorvianti di questo tipo. Inoltre, la sdrammatizzazione del problema è stata imitata anche dai governatori repubblicani, portando a risposte lente negli Stati chiave e rendendo ancor più difficile per il decentralizzato sistema politico statunitense rispondere alla crisi.

Questo confondere le acque sulla natura del problema ha fatto sì che già dai primi momenti della pandemia il COVID-19 diventasse una questione politica, e ciò ha inevitabilmente complicato gli sforzi dei funzionari della sanità pubblica e degli esperti nella costruzione di modelli scientifici che cercavano di prevedere la diffusione del virus, poiché il loro lavoro veniva da gran parte della popolazione caratterizzato come una *fake news*¹¹⁸ da quella che ai tempi era la più alta personalità politica del paese.

¹¹⁶ Trump aveva dichiarato pubblicamente di assumere al fine di contrastare il contagio da Coronavirus l'idrossiclorochina, un farmaco anti malarico rispetto al quale non vi erano però evidenze scientifiche che ne certificassero l'efficacia. Per approfondire: https://www.wired.it/scienza/medicina/2020/05/19/coronavirus-trump-idrossiclorochina/?refresh_ce=

¹¹⁷ Goldberg, D., (2020). "It's going to disappear": Trump's changing tone on coronavirus. *Politico* [online]. Disponibile da: <https://www.politico.com/news/2020/03/17/how-trump-shifted-his-tone-on-coronavirus-134246>

¹¹⁸ Wan, W., & Blake, A., (2020, March 27). Coronavirus modelers factor in new public health risk: Accusation their

Infatti, le sue comunicazioni sul problema hanno danneggiato gli sforzi di salute pubblica rendendo difficile per le altre autorità, per i funzionari sanitari e per i media educare i cittadini. Ciò ha immancabilmente influenzato il comportamento della popolazione stessa, aumentando non solo la polarizzazione politica ma anche le probabilità che parte degli americani non seguisse le indicazioni governative - come il distanziamento sociale o l'isolamento - poiché il loro presidente diceva loro che la questione non era così pericolosa come veniva fatto credere.

Anziché usare la sua capacità comunicativa al fine di guidare unitariamente la risposta collettiva della nazione, una risposta che sarebbe stata necessaria in un sistema decentralizzato di 50 stati e più di 90.000 governi locali, Trump ha causato scissioni e divisioni. Inoltre, le sue comunicazioni sulla crisi hanno contribuito ad alimentare il discorso politico tossico della nazione, condizionando diversi politici, in particolare i governatori degli Stati del sud, a radunarsi intorno a lui sostenendo scelte potenzialmente avventate, come la revoca dei coprifuochi.

Finché è stato in carica e fintanto che l'emergenza sanitaria perdurava, Trump ha ripetutamente ingannato il popolo sull'efficacia delle misure restrittive, come l'efficacia della distanza di sicurezza, e ha diffuso confusione non supportando le indicazioni del Centers for Disease Control and Prevention, ad esempio sull'indossare mascherine di stoffa in pubblico, sostenendo inoltre procedure mediche e farmaci non testati di cui si tratterà più avanti nel presente elaborato. L'ex presidente ha addirittura dichiarato la sua stessa contrarietà ad indossare le mascherine¹¹⁹, indebolendo così il lavoro degli esperti e ergendosi a testimonial di scelte sprovvedute davanti a milioni di cittadini che con molte probabilità ne seguivano le indicazioni.

Pur criticando la maggior parte delle restrizioni consigliate dalla comunità medica e scientifica relativamente al contenimento del virus, l'ex POTUS non si è dimostrato in grado di implementare valide alternative. Al contrario, è possibile affermare come in talune occasioni Trump abbia ingannato la nazione su come la sua amministrazione sta rispondendo alla crisi. Segnatamente, nel corso di una conferenza stampa all'inizio del marzo scorso, Trump fece una lista di promesse politiche - come la fornitura di un sito web per trovare luoghi di test, l'implementazione della tracciabilità dei contatti e la garanzia di test diffusi che avrebbero aiutato a combattere la pandemia - ma secondo la National Public Radio, un mese dopo questa conferenza stampa nessuno dei progetti era stato messo in atto¹²⁰.

work is a hoax. *The Washington Post*. Disponibile da: <https://www.washingtonpost.com/health/2020/03/27/coronavirus-models-politized-trump/>

¹¹⁹ Per approfondire: <https://www.fanpage.it/esteri/tutte-le-volte-che-trump-ha-preso-in-giro-chi-indossava-una-mascherina/>

¹²⁰ Mak, T., Pfeiffer, S. A., Jingnan, H., Benincasa, R., Smith, G., Shapiro, J., & Anderson, M. (2020). A month after emergency declaration, Trump's promises largely unfulfilled. National Public Radio. Disponibile da: <https://www.npr.org>

Al contrario, un mese dopo e nello specifico durante il briefing del 23 aprile, il Presidente ha fatto la pericolosa osservazione per la quale il virus poteva essere trattato iniettando direttamente disinfettante negli individui, portando aziende come Lysol a rilasciare dichiarazioni pubbliche su come gli individui non dovrebbero ingerire i loro prodotti¹²¹.

Un esempio come questo è la dimostrazione di come i tentativi presidenziali di fornire consigli medici al pubblico fossero pericolosi e imprecisi, rischiando di portare i sostenitori del presidente a impegnarsi in comportamenti malsani.

In aggiunta, contestualmente all'inizio della reazione governativa negli States in aprile, Trump non aveva ancora un messaggio *standard* sulla pandemia, messaggio che invece da un punto di vista di comunicazione politica è fondamentale per poter affrontare una questione di salute pubblica.

Difatti, un messaggio *standard* tendenzialmente può incoraggiare il comportamento umano necessario per abbattere la diffusione di un virus e affrontare le sfide della salute pubblica; la mancanza dello stesso ha portato alcuni governatori e sindaci a essere proattivi, mentre altri sono stati restii ad agire. Soprattutto, questo fallimento della comunicazione nel fornire una guida a livello nazionale per affrontare il problema ha fatto sì che i governatori nel Nord-Est, nell'Ovest e nel Midwest formassero patti, in effetti scavalcando il governo federale, per sviluppare le loro linee guida su come affrontare la pandemia e riaprire le loro economie, causando una rielaborazione del federalismo americano durante questa crisi.

Invero, nel corso della risposta governativa al COVID-19, i media negli USA hanno spesso riportato tensioni tra l'ufficio del presidente e i principali consulenti sanitari federali su come valutare e rispondere alla situazione del COVID-19. La scarsa collaborazione e lo scarso coordinamento della comunicazione governativa e delle attività di risposta da parte di queste agenzie interdipendenti hanno portato a prospettive e reazioni contrastanti, cariche di emozioni, tra i leader del governo federale e statale riguardo alla pandemia. Tali conflitti all'interno delle agenzie governative sono fattori chiave che spesso innescano il disordine sociale e, negli Stati Uniti, hanno scatenato un aumento delle ostilità sociali tra settori pubblici con diversi orientamenti politici, sforzi inadeguati per ridurre i rischi sanitari e scongiurare gli esiti negativi per la salute (malattie, sofferenze e morti) durante la situazione di crisi della COVID-19. Per questi motivi, il ruolo importante del governo per unificare e motivare i gruppi pubblici è cruciale durante le emergenze nazionali per promuovere la prevenzione dei rischi per la salute, la risposta e il recupero dai danni

org/2020/04/13/832797592/a-month-after-emergency-declaration-trumps-promises-largely-unfulfilled

¹²¹ Chiu, A., Shepherd, K., & Shammass, B. (2020, April 24). Trump comments prompt doctors, and Lysol, to warn against injecting disinfectants. *The Washington Post*. Disponibile da: <https://www.washingtonpost.com/nation/2020/04/24/disinfectant-injection-coronavirus-trump/>

gravi, ancor di più in nazioni estese e al loro interno estremamente diversificate come gli Stati Uniti d'America.

3.3.2 Informazioni formato Twitter

L'account Twitter del presidente Donald Trump è seguito durante la pandemia da decine di milioni di utenti, molti dei quali l'hanno inteso come una fonte di notizie istituzionali. Infatti, a causa di quella che era la sua carica politica nel primo anno di pandemia, i *tweets* di Donald Trump hanno avuto un impatto significativo nel mondo reale: pertanto non è sorprendente che durante l'attuale pandemia di Covid-19 Donald Trump sia nuovamente sceso su Twitter per discutere dell'epidemia del virus. Questo fenomeno in linea generale non è però da qualificarsi come singolare poiché Twitter è stato usato da molti capi di stato per comunicare con i cittadini e per aiutarli a capire la natura della pandemia. Per esempio, uno studio che ha esaminato l'uso di Twitter dal 17 novembre 2019 al 17 marzo 2020 da parte dei leader dei paesi del G7 ha scoperto ben 203 *tweets* relativi al covid-19 che sono diventati virali¹²². Di questi 203 messaggi, 166 sono stati classificati come informativi, 48 avevano collegamenti web a risorse governative, 19 come di incoraggiamento morale e 4 erano di natura politica. Inoltre, non solo i leader politici, ma i funzionari governativi e le agenzie pubbliche di tutto il mondo hanno utilizzato Twitter per comunicare con il pubblico durante la pandemia.

Trump, che ha presieduto gli Stati Uniti fino alle elezioni del Novembre 2020, è dunque un membro operante di diverse piattaforme di social media, incluso Twitter, dove è riuscito a ottenere la più grande base di *follower* politica tra tutti i suoi canali (in base ai suoi account ufficiali, su Twitter ha 85,5 milioni di *follower*, 1 mentre su Facebook - 30 milioni e su Instagram - 21,5 milioni¹²³).

Nel corso dell'emergenza sanitaria, è stata una soluzione chiara scegliere Twitter come strumento di comunicazione primario, perché Trump ha sempre preferito esprimersi su questa piattaforma: come parte della mediatizzazione politica¹²⁴ e della network society¹²⁵, Donald Trump è stato infatti un attore politico attivo, a cui piace aggirare i media.

“È tutto sotto controllo” aveva subito rassicurato il 22 gennaio scorso il presidente Trump a proposito del virus¹²⁶ dopo le prime notizie dei contagiati in Cina, mentre Nancy Messonnier,

¹²² Sohaib, R., Bunce, C. (2020). World leaders' usage of Twitter in response to the COVID-19 pandemic: a content analysis. *Journal of Public Health*

¹²³ Fonti: account ufficiali di Donald Trump di Twitter

(https://twitter.com/realDonaldTrump?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor), Facebook (<https://www.facebook.com/DonaldTrump/>) e Instagram (<https://www.instagram.com/realdonaldtrump/?hl=en>)

¹²⁴ Casero-Ripollés, A., López-Rabadán, P., (2014). “Media Engagement Boundaries and Political Influence in Europe”, *American Behavioral Scientist*, Vol. 58(7)

¹²⁵ Castells, M., (2004). *The network society: a cross-cultural perspective*. Edward Elgar Publishing.

¹²⁶ Greenberg, J., (2020). “Timeline: how Donald Trump responded to the Coronavirus pandemic”, Politifact [online].

direttrice del *National Center for Immunization and Respiratory Diseases*, aveva al contrario annunciato in una conferenza stampa che la diffusione del virus “*non è questione di se, ma di quando*”; ciò aveva portato Trump ad accusare i network televisivi CNN e MSNBC di cospirare contro di lui, definendo il COVID-19 una “bufala” diffusa dai democratici¹²⁷.

Nei primi momenti della diffusione del virus in Europa, Trump da oltreoceano aveva paragonato il coronavirus a una banale influenza, e affidato il *dossier* Coronavirus al suo vicepresidente Mike Pence, privo di qualsiasi competenza in ambito sanitario ma a cui gli scienziati del servizio pubblico nazionale dovevano chiedere l’approvazione prima di rilasciare dichiarazioni ai media.

Conseguentemente, durante settimane preziose che avrebbero potuto essere dedicate alla lotta contro l'epidemia negli Stati Uniti, il presidente Trump ha negato il pericolo del virus e ha fuorviato il pubblico sul problema, le politiche e le procedure che circondano il problema, e la politica necessaria per risolvere il problema. Questa mancanza di trasparenza nella comunicazione dalla più alta carica della nazione ha immediatamente limitato la capacità della burocrazia - a tutti i livelli federale, statale e locale - di rispondere alla crisi. Per questo, a posteriori è possibile considerare i fallimenti degli Stati Uniti nell'affrontare la pandemia non come fallimenti della burocrazia, ma piuttosto come fallimenti della comunicazione da parte del presidente Trump.

In effetti, tra i messaggi *trumpiani* che si sono susseguiti durante la pandemia, non è possibile riscontrare praticamente nessun fatto concreto, basato sulla scienza, mirato a istruire e coinvolgere il pubblico: tale mancanza di coerenza non ha permesso di fornire descrizioni oneste, rassicurazioni sincere, indicazioni corrette.

Inoltre, l’ex POTUS ha spesso e volentieri utilizzato impropriamente il termine "virus cinese", che non è un termine tecnico o corretto per il virus: come leader, ha introdotto nella comunicazione istituzionale insulti razziali e imprecisi, poiché etichettando il COVID-19 come un virus cinese ha semplicisticamente indicato la Cina come l'unica causa della pandemia mondiale.

Il cumularsi di tali imprecisioni è stato molto pericoloso per il popolo statunitense in un momento di crisi, in quanto in qualità di guida politica e utente dei *social media*, Trump aveva un enorme impatto sui contenuti che produceva; la produzione in questione, nel periodo intercorso tra lo scoppio della pandemia e le elezioni del Novembre 2020, costituiva altresì una rappresentazione diretta delle sue priorità. Poiché il suo obiettivo principale era vincere le elezioni presidenziali del 2020, egli ha peccato di una scorretta *leadership* nel contesto drammatico di una crisi sanitaria.

L'account Twitter del presidente Donald Trump è infatti stato fonte di molte controversie e notizie fuorvianti in un contesto che necessitava al contrario chiarezza e coerenza: è a tal proposito opportuno evidenziare come, sulla base delle statistiche di Google Trends del 2020, le richieste di

¹²⁷ Van Wagendok, V., (2020). “Trump casts criticism of his Coronavirus strategy as a Democratic Party hoax”, Vox [online]

ricerca su COVID-19 negli Stati Uniti erano immense, rendendolo uno degli più argomenti cercati e dimostrando così che i cittadini degli Stati Uniti hanno bisogno di informazioni e guida durante questa pandemia globale.

Dopo aver analizzato l'approccio *social* di Donald Trump, è lecito concludere che i suoi seguaci nel corso della pandemia non erano in grado di ottenere tutte le informazioni necessarie e verificate a livello governativo e sanitario attraverso la sua piattaforma, come dovrebbe invece succedere attraverso un account istituzionale. I messaggi del leader statunitense sono stati nel corso della pandemia estremamente generici e mai discussi con la scienza e i dati.

Inoltre, Trump ha sfruttato soprattutto Twitter utilizzando strumenti abituali come la partigianeria negativa, la distrazione del pubblico, disinformare e produrre contenuti con connotazione razzista: la comunicazione relativa al COVID-19 di Trump ha incorporato le sue caratteristiche di comunicazione politica quotidiana.

3.3.3 Houston, abbiamo avuto un problema

Nell'ambito di narrazioni tipicamente populiste, orientate verso futuri rosei senza però dare segnali vigorosi su come migliorare il presente e (pre)occuparsi dei disagi diffusi, la strategia di Trump è stata come sempre quella di comunicare direttamente con coloro che si erano allontanati dalla classe politica tradizionale utilizzando un linguaggio e delle immagini radicali.

In conclusione, Donald Trump è un attore politico forte, che usa la *mass self-communication* su piattaforme come l'appena analizzata Twitter per presentare contenuti politici, partigianeria negativa, contenuti auto-elogianti e attacchi ai suoi avversari - per citarne alcuni - anche in relazione alla pandemia COVID-19. In qualità di attore su una piattaforma di *mass self-communication*, può distribuire il flusso di informazioni ai suoi bisogni¹²⁸. Nella fattispecie, i suoi bisogni rispondevano alla necessità di politicizzare i contenuti da lui pubblicati indipendentemente dalla comunicazione, ed ha evidentemente usato la pandemia come strumento per la sua campagna elettorale; l'ha fatto auto-generando contenuti con un tono semplice e un vocabolario elementare, presentando pochissimo linguaggio professionale o politico. In questo modo, ha reso le sue comunicazioni facili da leggere e interpretare, caratteri che tendenzialmente potrebbero essere un ottimo attributo per raggiungere un vasto pubblico, ma che tuttavia non sono stati applicati con successo in un periodo di pandemia globale.

Infatti, il caso emblematico degli Stati Uniti enfatizza quanto sia pericoloso avere *leader* politici che non riconoscono l'importanza della crisi, non riescono a seguire i consigli degli esperti, e, a volte,

¹²⁸ Castells, M., (2007). "Communication, Power and Counter-power in the Network Society", *International Journal of Communication*, 1, p. 238

hanno attivamente fuorviato il pubblico. Anche con una robusta burocrazia della salute pubblica, con agenzie come i Centri per il controllo e la prevenzione delle malattie, la *leadership* del presidente Trump ha reso il problema più pronunciato e, ancor più preoccupante, ha attivamente ingannato il pubblico, rompendo una delle pietre miliari della salute pubblica efficace: la necessità di trasparenza e verità quando si risponde a una crisi sanitaria.

3.4 Comunicare una pandemia: riflessioni e raccomandazioni finali

Negli ultimi anni, il mondo ha sperimentato un numero crescente di pandemie nazionali e globali come la SARS (2003), l'influenza H1N1 (2009), il MERS (2012), l'Ebola (2014), il virus Zika (2016) e ora il COVID-19 (2019). Anche se le preoccupazioni per tali pandemie sono aumentate, la preparazione del governo per l'attuale crisi di salute pubblica è stata spesso disordinata e largamente insufficiente, soprattutto a causa di confusione, instabilità, disinformazione e scarsa pianificazione, che hanno portato a gravi errori nella risposta alla crisi attuale.

Con la presente trattazione si è voluto dimostrare come un'efficace comunicazione governativa svolga un ruolo importante nel rispondere con successo alle pandemie e allo stesso modo nel garantire il mantenimento del rapporto fiduciario che intercorre tra gli elettori e gli eletti.

Precisamente, eventuali cacofonie di errori di comunicazione non solo indicano il fallimento dei sistemi governativi, che minano notevolmente la fiducia del pubblico nel governo, ma aumentano anche drasticamente la paura e la confusione del pubblico riguardo al rischio sanitario del Covid. Poiché aumenta poi anche il potere del governo durante le emergenze sanitarie nazionali, una comunicazione governativa efficace diventa sempre più essenziale per combattere le pandemie e stabilizzare la società. Di fatto, una comunicazione governativa efficace svolge un ruolo estremamente importante nell'informare il pubblico chiave - compresi i primi soccorritori, i gruppi più a rischio, i fornitori di assistenza sanitaria/ funzionari sanitari, i rappresentanti dei media, il personale delle forze dell'ordine e il pubblico in generale - sulle minacce imminenti e sulle migliori pratiche per ridurre al minimo i danni durante le emergenze. Questo comporta una comunicazione che viaggia su più livelli: innanzitutto una comunicazione interna al governo e tra le agenzie governative, dopodiché una comunicazione esterna con il pubblico, i media e altre organizzazioni, così come con i rappresentanti di altri paesi che condividono rischi sanitari simili. A causa dell'interconnessione di questi diversi gruppi e organizzazioni, la comunicazione del governo deve essere altamente efficace e ben coordinata per fornire le migliori informazioni e consigli disponibili per aiutare a gestire le pandemie. Se i leader di governo non comunicano adeguatamente in risposta alle minacce per la salute pubblica locale, nazionale e globale, la società diventa inevitabilmente caotica e anarchica, poiché la gente sperimenta timore e instabilità a causa delle limitate

informazioni affidabili e delle scarse raccomandazioni per rispondere in modo significativo alla crisi. Come affrontato nel presente studio, molti di questi tipi di fallimenti nella comunicazione del governo si sono verificati durante le risposte del governo alla pandemia COVID-19 in tutto il mondo.

Inizialmente, allo scoppiare di una crisi di salute pubblica, i cittadini ricevono le prime notizie solitamente attraverso i media e ascoltano ciò che i giornalisti riportano sulla crisi stessa. Poiché il livello di percezione del rischio varia da individuo a individuo, alcuni percepiscono le prime notizie in modo più grave e lo sentono più personalmente, mentre altri lo percepiscono meno seriamente e a fronte di una conoscenza superficiale del problema tendono addirittura a sottovalutarlo.

In questo periodo preliminare, specialmente quando si ha a che fare con una malattia infettiva, è importante per il governo prevedere se questa si andrà a sviluppare come una pandemia o meno, al fine di poter fornire al pubblico possibili scenari di azioni governative e pubbliche in modo trasparente. Come ripetutamente riportato, molti paesi hanno fallito nelle risposte iniziali appropriate alla COVID-19, e i leader governativi hanno fuorviato il pubblico con la loro ignoranza intenzionale o non intenzionale o con la minimizzazione dei primi sintomi della pandemia: questo fallimento di adeguate risposte precoci alla pandemia globale ha causato danni imprevedibilmente grandi in molti paesi.

In questo contesto, è bene tenere in considerazione come ogni volta che gli individui sentono l'urgenza della risposta a un rischio per la salute pubblica, tentano di cercare le informazioni di cui hanno bisogno per prendere decisioni per le loro risposte o comportamenti individuali. Davanti a tali tentativi, oggi rispetto al passato - quando le persone avevano solo fonti limitate di notizie e informazioni, come la televisione e la radio - le persone detengono plurime fonti di informazione grazie allo sviluppo di Internet e delle tecnologie di comunicazione mobile. Diverse fonti forniscono sicuramente più dati e spiegazioni agli individui, ma spesso causano la diffusione di informazioni errate e distorte, e l'elaborazione e la condivisione selettiva delle informazioni tra le persone, proprio come considerato nel secondo capitolo.

Infatti, quando un individuo è esposto a troppe informazioni, è meno probabile che sia in grado di scegliere le più corrette tra quelli che si presentano come molti e spesso contraddittori messaggi. Per esempio, nel primo periodo della pandemia di COVID-19, le persone erano confuse sull'opportunità di indossare o meno le maschere perché le informazioni provenienti da diversi canali di comunicazione fornivano raccomandazioni diverse: mentre la maggior parte dei governi asiatici richiedeva al pubblico di indossare maschere fin dall'inizio della pandemia, i governi dei

paesi occidentali non erano d'accordo sull'indossare maschere fino a quando non hanno affrontato un aumento verticale del numero di persone che si sono infettate.

Inoltre, soprattutto quando i messaggi diffusi attraverso diversi canali di comunicazione sono politicizzati e polarizzati, i comportamenti di ricerca di informazioni degli individui diventano più propensi a trasformarsi in condivisione di informazioni solo con i membri di un gruppo omogeneo, il che ha messo in pericolo gli sforzi per prevenire e controllare la pandemia di COVID-19 in molti paesi. Conseguentemente, tale condivisione di informazioni solo all'interno di un gruppo politico relativamente insulare, senza una ricerca attiva e completa di informazioni, ha trasformato una crisi di salute pubblica in una crisi politica, separando le persone in base al loro orientamento politico, invece di farle lavorare insieme per superare l'emergenza sanitaria.

Un altro grande problema di comunicazione che ha contribuito all'elevare l'ansia degli individui è stato la mancanza di canali di comunicazione che permettessero alle persone di comunicare con gli uffici governativi e/o con organizzazioni di salute pubblica credibili: il sovraccarico "infodemico" crea problemi critici, tra cui la mancanza di informazioni importanti, l'incomprensione, l'esposizione selettiva, l'affaticamento emotivo e mentale e lo stress per l'argomento, e l'auto-blocco delle informazioni relative all'argomento. Dunque, in una situazione unica o senza precedenti come la pandemia di COVID-19 che produce una quantità eccessiva di informazioni, sebbene il pubblico richiedesse fortemente una comunicazione interattiva con i governi e le organizzazioni di salute pubblica autorizzate, la maggior parte delle agenzie governative o di tali organizzazioni hanno dimostrato di avere pochi canali di comunicazione disponibili dove una persona potesse porre individualmente una domanda e ottenere una risposta credibile. In altre parole, in una situazione di emergenza di salute pubblica nazionale, il governo e le organizzazioni di salute pubblica troppo spesso sono tornati ad adoperare un sistema di comunicazione autorevole e quasi "autoritaria", che permette però solo una comunicazione a senso unico, evitando le domande del pubblico su ciò che questo aveva effettivamente bisogno di sapere.

Questo sistema di comunicazione dimostra non solo la trascuratezza della comunicazione dei rischi per la salute, ma anche la mancanza di rispetto per il pubblico in una delle aree più importanti - la salute - della vita umana, specialmente quando la gente ha disperatamente bisogno di aiuto dal governo. Per fronteggiare tale necessità, sono state in molte occasioni gli attori mediali a rivestire un ruolo centrale, creando siti specifici di domande e risposte sui propri siti web, come la sezione del Wall Street Journal "Coronavirus: You Ask, We Answer"¹²⁹ e quella della CNN "You asked, We are answering"¹³⁰ che ha altresì creato un analogo *podcast*¹³¹ con un medico specializzato;

¹²⁹Per approfondire: <https://www.wsj.com/articles/coronavirus-you-ask-we-answer-11583266912>

¹³⁰ Per approfondire: <https://edition.cnn.com/interactive/2020/health/coronavirus-questions-answers/>

¹³¹ Per approfondire: <https://edition.cnn.com/audio/podcasts/coronavirus-questions-and-answers>

tuttavia, ancora pochi governi in tutto il mondo hanno stabilito efficaci sistemi interattivi di comunicazione con il pubblico in caso di pandemia.

Davanti a tali fallimenti della comunicazione del governo durante la crisi del Coronavirus e alla conseguente sfiducia che è andata innescandosi nei confronti delle istituzioni, è bene tenere a mente diverse raccomandazioni chiave finalizzate a indirizzare strategie efficaci di comunicazione del rischio sanitario del governo per eventuali future crisi di salute pubblica:

1. Documentarsi attivamente e ricercare da subito le informazioni rilevanti sulle crisi sanitarie imminenti per poter identificare i rischi importanti e le migliori strategie di risposta disponibili per queste emergenze.
2. Sviluppare forti relazioni di fiducia e condividere informazioni rilevanti con le controparti di altri paesi per coordinare a livello mondiale le risposte alle emergenze sanitarie.
3. Costruire relazioni di cooperazione e condividere informazioni rilevanti con gruppi influenti di persone all'interno della società che sono direttamente coinvolte nella risposta all'emergenza sanitaria.
4. Comunicare le informazioni in modo chiaro e trasparente per portare il pubblico a un comportamento razionale e coordinato senza confusione, paura o incomprensione durante la pandemia.
5. Centralizzare la gestione delle informazioni per permettere alla leadership governativa di filtrare le informazioni imprecise e fornire al pubblico le migliori informazioni scientifiche disponibili.
6. Stabilire strategie di diffusione delle informazioni per controllare i flussi e i contenuti dei messaggi scientifici per eliminare qualsiasi “rumore informativo” che possa confondere il pubblico.
7. Creare un canale di comunicazione diretto con il pubblico per ascoltare le sue esigenze, domande e feedback sui servizi governativi.

8. Costruire un sistema olistico di comunicazione del rischio sanitario del governo che colleghi il pubblico, il governo locale, il governo federale (centrale) e i governi di altri paesi.
9. Proteggere i gruppi minoritari che sono discriminati a causa dello stigma e del pregiudizio relativi alle crisi di salute pubblica (come nella fattispecie la popolazione cinese nei paesi occidentali)
10. Guidare le decisioni di politica pubblica in modo che queste corrispondano alle richieste effettive basate sui dati di sorveglianza più attuali riguardanti la diffusione della malattia e i rischi di infezione continua.

Conclusion

Come si è cercato di dimostrare in questo terzo e ultimo capitolo, le *élite* politiche influenzano la salute pubblica attraverso il linguaggio che usano nelle loro comunicazioni su questioni relative alla salute.

La fiducia del pubblico nel governo a livello nazionale è sempre un argomento che suscita interesse e dibattito tra i ricercatori e i politici, ancora di più quando si tratta della risposta a una pandemia. Il COVID-19 ha dunque inevitabilmente evidenziato l'importanza della fiducia nei governi e il suo impatto sul rispetto pubblico delle linee guida sulla salute e la sicurezza. Molti sondaggi hanno rilevato che la fiducia nelle comunicazioni del governo sul COVID-19 non ha raggiunto gli stessi livelli tra i vari paesi, e alla luce di quanto esaminato fin qui è senz'altro possibile ritenere lo *storytelling* posto in essere dai diversi leader come una determinante essenziale dei diversi successi e insuccessi a riguardo.

Questo primo anno di pandemia ci lascia la pesante eredità di una società disintermediata e sprovvista di un sistema immunitario adeguato a razionalizzare e discernere la comunicazione politica di leader che si sono ritrovati a gestire – e comunicare – eventi fuori dall'ordinario.

A fronte di ciò, l'impatto sociale del Coronavirus è evidente. Ha toccato gli aspetti quotidiani della vita di ognuno di noi, da compiti semplici come la spesa, all'incontro con i membri della famiglia su Zoom, alla (non) socializzazione con gli amici. Ognuno di questi aspetti è stato infatti radicalmente ripensato trasformato nell'ultimo anno in modi che non avremmo mai potuto immaginare prima del marzo 2020.

Questo ripensamento si può attribuire anche al tipo di linguaggio che i politici hanno usato - e delle aspettative che il loro pubblico ha avuto quando li ascoltava: i politici per molto tempo non sono più apparsi davanti a folle, non hanno incontrato i loro elettori o i loro stessi partiti.

Tutto ciò ha senz'altro influito sulla qualità del nostro discorso liberaldemocratico, poiché sono mutati anche gli argomenti che i politici usano per giustificare le loro decisioni. Com'è noto e risaputo, dal marzo 2020, i cambiamenti alle norme, ai valori e alle aspettative di una società libera sono cambiati in maniera esponenziale davanti a molto poco controllo parlamentare o mediatico: per imporre il *lockdown*, le libertà fondamentali sono state limitate. Questi cambiamenti sono stati fatti per ragioni di salute pubblica, ma rappresentano ancora una sfida significativa alle convenzioni di una società democratica.

Inoltre, questa situazione ci insegna altresì che la comunicazione non è un precursore di un'azione, ma un'azione sostanziale come descritto nella teoria della strutturazione di Giddens¹³².

Sebbene il ruolo delle politiche e delle azioni di comunicazione del governo sia cruciale durante le crisi di salute pubblica, specialmente per il pubblico stesso che ha disperatamente bisogno di informazioni accurate e linee guida per pilotare le proprie azioni, tutto ciò è stato ampiamente ignorato nella considerazione governativa della prevenzione, preparazione e gestione delle crisi di salute pubblica. Sulla base dell'importanza della comunicazione, queste pagine hanno indagato esempi pratici di comunicazione governativa nel rispondere alla pandemia COVID-19 e hanno anche fornito raccomandazioni teoriche e pratiche per future strategie di comunicazione del rischio sanitario da parte del governo, che in linea generale possono essere applicate su scala globale, proprio come su scala globale si va a diffondere una pandemia. Tuttavia, è importante ricordare che l'albero delle raccomandazioni non può dare frutti senza azioni concrete che dovrebbero essere annaffiate e fertilizzate con risorse e finanziamenti adeguati.

Come tutti sappiamo, il mondo ha pagato un costo incalcolabile per la pandemia di COVID-19, che avrebbe potuto essere prevenuta e a cui si sarebbe potuto rispondere molto più efficacemente se i governi avessero avuto sistemi di comunicazione del rischio sanitario più reattivi e strategici.

Dopo la fine della pandemia, il mondo non dovrebbe dimenticare le lezioni che abbiamo imparato sulla comunicazione governativa da questa emergenza globale: dovremo applicare proprio queste lezioni per prepararci efficacemente alle future crisi di salute pubblica che probabilmente si presenteranno.

¹³² Giddens, A. (1979). *Central Problems in Social Theory: Action, Structure, and Contradiction in Social Analysis*. Los Angeles: University of California Press.

CONCLUSIONI

Questo studio ha cercato di indagare la correlazione tra una scorretta comunicazione politica della pandemia da parte degli eletti e un aumento della sfiducia nei confronti delle istituzioni da parte degli elettori, in uno specifico contesto emergenziale come quello rappresentato dalla crisi sanitaria legata al diffondersi del Covid-19 e iniziata nei primi mesi del 2020.

Nel primo capitolo è stata presa in analisi la fiducia, che è anzitutto un'espressione relazionale in quanto elemento fondante di qualsivoglia relazione, e pertanto anche delle relazioni costituzionali: non ci può essere una valida legittimazione della rilevanza dei gruppi sociali e dei diritti fondamentali dei cittadini senza che vi sia fiducia reciproca tra i cittadini stessi. Tuttavia, come emerso dalla ricerca in questione, la parola fiducia non racchiude solamente una connotazione sociale, poiché implica una relazione determinante anche con il tempo. Dal momento in cui la fiducia sottintende l'affidarsi a qualcuno o qualcosa, presuppone l'esistenza di un passato in cui si è andato formando il deposito fiduciario nella fattispecie e al contempo postula un rapporto anche con il futuro, laddove è nel futuro che si proiettano tanto la fiducia personale quanto la fiducia collettiva e si aspettano speranzosamente i risultati dell'affidarsi.

È giustappunto questa caratteristica unica della fiducia che la pone al crocevia tra cittadino e società, tra verità e post-verità, tra passato e futuro, tra la normalità e la pandemia, insegnandoci come sia necessario avere fiducia nella fiducia, intesa come via di uscita dalla crisi che abbiamo vissuto, cavalcando la stessa onda cavalcata dai nostri antenati sia dopo la peste di Atene che dopo la febbre spagnola.

Difatti, dove non c'è fiducia si sviluppa al contrario terreno fertile per l'infodemia: il secondo capitolo della presente trattazione ha proprio preso in esame lo svilupparsi di questo "male" che ha minato ulteriormente popolazioni fragili e smarrite, dimostrando come a informazioni scorrette possono accompagnarsi comportamenti altrettanto scorretti. Tutto ciò è stato ulteriormente amplificato in una realtà globale oramai dipendente dai mass media e dai social, dove la verità è relativa e dove un virus immateriale è riuscito ad avere un impatto più forte e pericoloso di qualsiasi altro fattore di rischio su un'*audience* particolarmente avvezza alla post-verità. Infatti, se quello dell'informazione è oggi un mercato deregolamentato, l'infodemia costituisce una minaccia unica che necessita di una risposta univoca per poter essere controllata. La minaccia in oggetto va potenzialmente a ledere non solo i cittadini ma le istituzioni stesse, poiché una comunicazione istituzionale poco chiara se non addirittura scorretta rischia di riversare le sue insidie a effetto *boomerang* proprio sul suo centro di produzione, comportando un aumento sistemico della sopracitata sfiducia da parte degli elettori verso gli eletti.

Al fine di dimostrare empiricamente attraverso la storia e la cronaca tale assunto, nel terzo capitolo è stata primariamente condotta un'indagine quantitativa attraverso l'utilizzo di un unico sondaggio per verificare l'influenza della comunicazione dell'ex premier Giuseppe Conte sulla fiducia che i cittadini ripongono non solo nella sua figura intesa come politico ma più generalmente nella politica e nelle istituzioni. Il sondaggio in questione è stato somministrato a 125 persone, creando in questo modo un campione rappresentativo della fascia di età (18-28) presa in esame.

Le risposte ottenute hanno mostrato l'esistenza di un'elevata distanza sociale e fiduciaria tra i giovani utenti verso le istituzioni, distanza che è andata progressivamente aumentando con il procedere della pandemia. Questo risultato è coerente con l'aspettativa inizialmente espressa nell'elaborato, secondo la quale le incongruenze e la mancanza di chiarezza di una comunicazione politica talvolta troppo personalistica e sensazionalista tendono a penalizzare l'operato complessivo delle istituzioni politiche, aumentando il livello di sfiducia dei cittadini nei confronti delle stesse.

Un ulteriore panoramica realistica su tale assunto è stata data prendendo in considerazione la comunicazione di Donald Trump, che non solo ha avuto il demerito di acuire ulteriormente la polarizzazione del dibattito sociopolitico statunitense ma si è altresì rivelata pericolosa per la gestione tanto della pandemia quanto dell'infodemia.

Tanto nel sopracitato caso italiano, quanto in quest'ultimo, la tesi ivi presentata è stata riconfermata direttamente dalla cronaca poiché nessuno dei due leader presi in esame, a un anno dallo scoppio della crisi sanitaria, si è visto riconfermato nel proprio precedente ruolo di Capo di governo del rispettivo paese di appartenenza.

Nel terzo e ultimo *case-study* analizzato la prospettiva cambia, poiché la comunicazione politica del Pontefice non può influenzare in alcun modo la durata del suo mandato, eppure tale influenza può manifestarsi sul suo seguito e la sua reputazione. Ciononostante, il caso papale costituisce a tutti gli effetti un *unicum* nel panorama politico-istituzionale mondiale, in quanto a discapito dei cambiamenti paradigmatici da egli posti in essere in campo comunicativo la sua voce è stata tra quelle che hanno ricevuto l'eco minore in tempi di pandemia. Nonostante la positività dei messaggi che quotidianamente Francesco mandava ai suoi fedeli, la cassa di risonanza degli stessi è stata senza dubbio limitata e limitante per l'istituzione che rappresenta.

In ogni caso, i risultati ottenuti da tale lavoro di ricerca riflettono il quadro politico e sociale dei giorni nostri, giorni che si portano dietro tutta la pesantezza e l'incertezza che il Coronavirus ha provocato su più fronti: il presente studio integra dunque la letteratura che si sta sviluppando in questi mesi circa il rapporto imprescindibile tra comunicazione e fiducia in un contesto di crisi.

Crisi che, come rilevato da Emiliana De Blasio e Patricia Coll-Rubio¹³³, non ha precedenti: difatti, si è trattato e si tratta ancora oggi di una crisi che ha comportato un cortocircuito tra la dimensione nazionale della stessa a livello di misure contenitive a fronte però di una prospettiva inevitabilmente globale. Tale cambiamento impreveduto di scenario ha inciso in maniera drammatica e profonda sulla comunicazione dell'emergenza: era necessario diffondere informazioni medico-scientifiche di non sempre facile e immediata comprensione, i mass media hanno dovuto ripensare la propria programmazione, la televisione ha riacquisito un ruolo inedito nelle situazioni di *lockdown*, le piattaforme digitali hanno dovuto reinventarsi per offrire servizi necessari alla popolazione, dalle lezioni di pilates alle lezioni universitarie.

Tutto ciò deve rappresentare, per i futuri periodi di incertezza, uno stimolo e un impulso per riformare e rivalutare le strategie per comunicare le informazioni necessarie in maniera efficace. Questo ultimo anno ci ha infatti dimostrato come la pandemia non costituisca esclusivamente un evento esogeno della natura: è un fatto interno, poiché parte consistente dei danni che provoca possono e devono essere imputati agli attori politici e alle loro risposte tardive o in ogni caso manchevoli e inadatte.

¹³³ De Blasio, E. and Coll-Rubio, P., (2020). Communication in COVID-19 Crisis. *Tripodos*, 1(47), pp.7-10.

BIBLIOGRAFIA

- Amat, F., Arenas, A., Faló-Gimeno, A. & Muñoz, J., (2020). *Pandemics meet democracy: Experimental evidence from the COVID-19 crisis in Spain* [online]. Disponibile da: <https://osf.io/preprints/socarxiv/dkusw/>
- Assemblea Generale delle Nazioni Unite. (1948). "Dichiarazione Universale dei Diritti Umani" (217 [III] A). Parigi. Disponibile da: https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/itn.pdf
- Axelrod, R., (1984). *The Evolution of Cooperation*. New York: Basic Books.
- Balot, R., "Civic Trust in Thucydides's History". In: Thauer, C. and Wendt, C., (2016). *Thucydides and Political Order: Concepts of Order and History of the Peloponnesian War*. London: Palgrave Macmillan.
- Barbieri, M., (2020). L'infodemia del COVID-19: la regolazione europea e italiana contro la disinformazione online durante l'emergenza coronavirus. *Osservatorio AIR*. Disponibile da: https://www.osservatorioair.it/wp-content/uploads/2020/05/OsservatorioAIR_COVID-19_RegolazioneDisinform_3giugno2020.pdf
- Belardinelli, S., Gili, G. (2020), 'Fidarsi. Cinque forme di fiducia alla prova del COVID-19', *Mediascapes Journal*, 15, p. 81.
- Bobba, G., Cepernich, C., (2009). La costruzione dell'«eccezionale» come risorsa per il consenso. Il terremoto tra celebrazione mediale e opportunismo politico. *Meridiana*, (65/66), pp. 153–184.
- Bol, D., Giani, M., Blais, A., et al., (2020). The Effect of COVID-19 Lockdowns on Political Support: Some Good News for Democracy? *European Journal of Political Research*.
- Casero-Ripollés, A., López-Rabadán, P., (2014). "Media Engagement Boundaries and Political Influence in Europe", *American Behavioral Scientist*, Vol. 58(7).
- Castellin, L. G., Palano, D., (2020). I leader e la paura: la comunicazione politica nei giorni del contagio, in Sala, M., Scaglioni, M. (ed.), *L'altro virus. Comunicazione e disinformazione al tempo del Covid-19*, Vita e Pensiero: Milano, pp. 53-62.
- Castells, M., (2004). *The network society: a cross-cultural perspective*. Edward Elgar Publishing.
- Castells, M., (2007). "Communication, Power and Counter-power in the Network Society", *International Journal of Communication*, 1, p. 238.
- Cutolo, F. and Bianchi, R., (2020). *L'influenza spagnola del 1918-1919*. Pistoia: I.S.R.Pt.
- De Blasio, E. and Coll-Rubio, P., (2020). Communication in COVID-19 Crisis. *Tripodos*, 1(47), pp.7-10.

Desidera, B., (2020). “La Bella (storico): “Francesco né populista né contro il libero mercato, dice no alla globalizzazione dell’indifferenza”. *La Difesa del Popolo* [online]. Disponibile da: <https://www.difesapopolo.it/Idee/La-Bella-storico-Francesco-ne-populista-ne-contro-il-libero-mercato-dice-no-alla-globalizzazione-dell-indifferenza> [Consultato il 21 marzo 2021]

Dryhurst, S., Schneider, C., Kerr, J., et al. (2020). Risk perceptions of COVID-19 around the world. *Journal of Risk Research*, 23 (7-8), pp. 994-1006.

Giddens, A. (1979). *Central Problems in Social Theory: Action, Structure, and Contradiction in Social Analysis*. Los Angeles: University of California Press.

Goldberg, D., (2020). “It’s going to disappear”: Trump’s changing tone on coronavirus. *Politico* [online]. Disponibile da: <https://www.politico.com/news/2020/03/17/how-trump-shifted-his-tone-on-coronavirus-134246>

Greenberg, J., (2020). “Timeline: how Donald Trump responded to the Coronavirus pandemic”, Politifact [online].

Hatcher, W., (2020). “President Trump and health care: A content analysis of misleading statements”. *Journal of Public Health*, vol. 42, n. 4, pp. 482-486.

Hatcher, W., & Vick, A. (2018). “Public health issues in 2016 presidential campaign communications”. *American journal of public health*, 108(2), 1pp. 91–192.

Jennings, W., (2020). *Covid-19 and the ‘Rally-Round-the Flag’ Effect*, UK in a Changing Europe [online]. Disponibile su: <https://ukandeu.ac.uk/covid-19-and-the-rally-round-the-flag-effect/>

Kingdon, J. (2010). *Agendas, alternatives, and public policies*. Londra: Pearson.

Lajolo di Cossano, F., (2020). Il diritto di informazione ai tempi del Coronavirus: un diritto fondamentale, *Diritti Fondamentali.it* [online]

Lewis, J.D., Weigert, A., (1985). Trust as a social reality. *Social Forces* 63 (4), pp. 967–985.

Lorusso, A., Peverini, P., (2017). *Il racconto di Francesco*. Roma: Luiss University Press.

Lovari, A. (2020). Spreading (dis)trust. Covid-19 misinformation and government intervention in Italy. *Media and Communication*. 8(2), pp. 458–461.

Lovari, A., Righetti, N. (2020). La comunicazione pubblica della salute tra infodemia e fake news: il ruolo della pagina Facebook del Ministero della Salute nella sfida social al Covid-19. *Mediascapes Journal*, 15.

Malley, P., Rainford, J. and Thompson, A., (2009). Transparency during public health emergencies: from rhetoric to reality. *Bulletin of the World Health Organisation*, 87, pp. 614-619.

Mcknight, D.H., Chervany, N.L., (1996). *The Meanings of Trust*, Working Paper. Disponibile da: <http://misrc.umn.edu/wpaper/WorkingPapers/9604.pdf>

Passaglia, P., (2020). Fake news e fake democracy: una convergenza da scongiurare. *federalismi.it*, 11

- Pedroni, M. (2020). Narrazioni virali. Decostruire (e ricostruire) il racconto dell'emergenza coronavirus. *Mediascapes journal*, 15, pp. 24-43.
- Pinelli, C., (2017). Postverità, verità, e libertà di manifestazione del pensiero. *MediaLaws*, 1.
- Rotter, J.B., (1967). A new scale for the measurement of interpersonal trust. *Journal of Personality* 35 (4), pp. 651–665.
- Sgobba, A., (2020). *La società della fiducia*. Milano: Il Saggiatore.
- Shapiro, S.P., (1987). The social control of impersonal trust. *The American Journal of Sociology* 93 (3), pp. 623–658.
- Siegrist, M., Zing, A., (2014). The role of public trust during pandemics implications for crisis communication. *Euro Psych* 19, pp. 23–32.
- Sohaib, R., Bunce, C. (2020). World leaders' usage of Twitter in response to the COVID-19 pandemic: a content analysis. *Journal of Public Health*.
- Spadaro, A., (2013). Intervista a Papa Francesco. *L'Osservatore Romano*. Ed. quotidiana, Anno CLIII, n. 216.
- Stanzani, S. (2020). Trust and Civic Engagement in the Italian COVID-19 Lockdown. *Italian Sociological Review*, 10, pp. 917-935.
- Stefanini, M., (2020). “Il populismo gesuita: Il filo rosso che unisce Perón, Fidel, Chávez e Papa Bergoglio”. Linkiesta [online]. Disponibile da: <https://www.linkiesta.it/2020/07/populismo-sudamerica-latina-fidel-castro-peron-hugo-chavez-bergoglio-papa-francesco/> [Consultato il 5 marzo 2021]
- Toshkov, D., Yesilkagit, K., Carroll, B., (2020). *Government Capacity, Societal Trust or Party Preferences? What Accounts for the Variety of National Policy Responses to the COVID-19 Pandemic in Europe?*, OSF Preprints.
- Tucidide, Storie, II 47,3-53,4; trad. F. Ferrari.
- Van Wagendok, V., (2020). “Trump casts criticism of his Coronavirus strategy as a Democratic Party hoax”, Vox [online]
- World Health Organization. (2020). Risk communication and community engagement readiness and initial response for novel coronaviruses (nCoV): interim guidance, January 2020. *World Health Organization*. Disponibile da: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/330377/WHO-2019-nCoV-RCCE-v2020.1-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Wrightsmann, L.S., (1991). *Interpersonal trust and attitudes toward human nature*. In: Robinson, J.P., Shaver, P.R., Wrightsmann, L.S. (Eds.), *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes*. Academic Press, San Diego, CA, pp. 373–412.
- Zucker, L.G., (1985). *Production of trust: institutional sources of economic structure, 1840–1920*. In: Cummings, L.L., Staw, B. (Eds.), *Research in Organizational Behavior*, vol. 8. JAI Press, Greenwich, CT.

ABSTRACT

This paper aims to investigate how institutional communication can positively or negatively influence the relationship between trust and institutions.

Indeed, the world is nowadays facing a challenge that is unprecedented and for which it has not been possible to be sufficiently prepared.

The pandemic has overturned not only individual certainties, but also the rules of the game in the economy, in politics and, inevitably, in the mechanisms for shaping public opinion.

In fact, in this moment of emergency, history and the news have shown how wrong or inadequate communication strategies have greatly impacted on the bond of trust that binds citizens to political actors. In a crisis situation it is essential to communicate clearly and consistently, because in all times of this kind the role of leaders and institutions is predominant.

The first chapter of my thesis starts from the idea of trust as a common good within our community. Hence, in the context of the pandemic emergency more than ever, the need for a public discourse that promotes and preserves the bonds of trust, especially between representatives and representatives, seeing it as the responsibility of society, parties and the press to reflect and express a real ethics of communication in this sense.

In view of this fundamental role of trust at social and institutional level, in a unique and dramatic historical moment such as the one we are experiencing today, I thought it was as appropriate as it is necessary to investigate the disastrous consequences of the lack of trust in the aforementioned areas. Indeed, if trust between governors and the governed is considered essential for “good governance”, the crisis we are experiencing during the Coronavirus pandemic also presents a unique test of key assumptions in the trust literature. Understanding the dynamics of trust today, how it facilitates and hinders policy responses, and also the likely effects of these responses precisely on trust, are and will also be key questions for tomorrow's policy and communication research.

In order to promote trust, it is crucial that public institutions function well and foster social cohesion. Democracy is strengthened if institutions keep reasonable hope alive. It is also important to develop a culture of responsibility that goes beyond emergency periods and concerns everyone: political groups, individual citizens, businesses, intermediary organizations and associations based on interests and values.

In this first chapter, I also wanted to briefly review pandemics of the past, such as the plague of Athens recounted by Thucydides and the Spanish flu of the last century. While there are many similarities with the modern Coronavirus, there are also many differences. For example, there was no World Health Organization, which undoubtedly had the merit of coordinating the evolution of

the pandemic at a supranational level, and there was no possibility of transferring teaching and working activities into digital format. Similarly, in the absence of electronic devices, government and/or scientific information found in the main radio stations or newspapers a direct and privileged channel to reach citizens, just as the relationship of citizens with their leaders or sovereigns was perceived as direct and privileged.

The Coronavirus crisis has shown, however, that there are multiple channels and that trust in the leader is not to be taken for granted or unequivocally guaranteed, even in a situation like this where governments are asking for the people's trust to be placed in them as never before since the Second World War. A demand not limited to a day or a week, but for months and years to come.

That is why crisis communication is not just about communicating that there is a crisis and action to contain it: it requires effective relationships throughout the system, because every link in the chain has the need to feel supported, informed and prepared.

Institutions are created to provide trust through responsible behaviour that must be measured by the achievement of social cohesion and common interest.

On the contrary, a lack of trust in institutions turns into disappointment and reflects on the sense of civic duty, creates discontent, and fuels behaviour contrary to the ethics of responsibility.

This gap between trust and mistrust can be narrowed as much as it can be widened by communication: institutions must be able to inform groups and communities belonging to the same social context and sharing common interests and needs in a direct and unequivocal manner. This communication must take place with clarity and transparency, must accompany citizens in their daily choices, and must integrate them into the *res publica*.

I have chosen to devote myself to the impact of communication in the second part of the paper, because I believe that in a situation where trust continues to be fundamental as a social glue, communication - particularly political communication - has on the contrary defused trust mechanisms, often throwing the citizen-followers into disarray.

Indeed, never before in human history has it been possible to communicate so quickly during a pandemic. Media and social platforms have proven to be a key element in the circulation of information; equally, there are many advantages and disadvantages that need to be taken into account.

The responsible use of these tools can help to rapidly disseminate important new information, relevant new scientific findings, share diagnostic and treatment protocols; yet, the information transmitted may not be up-to-date, valid, applicable to our environment, or even false.

In fact, as fast as information travels, so does misinformation, and the line between these two passengers is blurred and transient.

The flood of information surrounding the pandemic phenomenon, which is new and has unpredictable consequences, has generated what the director-general of the WHO has described as an *infodemic*, to be combated as much as the disease: a dynamic that, at least initially, seemed to be confined to the issue of fake news and that had far from positive results.

The examples of some institutions, at national, supranational and international level, were then considered. These institutional authorities have acted to counter the above-mentioned infodemic, demonstrating an awareness of their roles and the concomitant need to take a proactive stance in countering misinformation.

Clearly, in order to successfully smooth the course of this Coronavirus infodemic, it is also necessary for these individual efforts to be complemented by collaborative and cooperative efforts from all institutions, media, fact-checkers and digital platforms in each country. For this reason, the post-pandemic will need to be an opportunity to rethink the involvement of these actors in 'public health communication' in an even more targeted and strategic way, making it possible to exploit the exceptionality of communicating during the pandemic as a stimulus and impulse to further implement and digitalize institutional communication.

In fact, the pandemic has proved to be the litmus test of how dependent countries are on social and mass media, and how relative and changeable the truth can be through them.

In particular, the truths told by the various political leaders from the top of this Tower of Babel of the contemporary world that is the COVID-19 are multiple: the biblical confusion of yesterday is in this last dramatic year repropounded and amplified by different resonance boxes, different keys to interpreting a virus that is instead, in its existence and therefore contagiousness, democratic and symmetrical.

Clearly, alongside the duty of the central government, local governments, health institutions, the mass media and the scientific community to guarantee the right to information to all citizens, there is a corresponding duty on the part of citizens to inform themselves and stay informed - as well as, in the specific case of the Coronavirus, to respect both the behaviour recommended by the authorities, such as social distancing, and the behaviour imposed, such as restrictions on freedom of movement or voluntary self-isolation.

This coordination between rights and duties is indispensable and unavoidable in order to combat the spread of the disease, thus emphasising the joint importance of the commitment of both voters and elected representatives.

For these reasons, in the third and last chapter I will address three particular and paradigmatic case-studies of institutional communication during the epidemiological emergency.

Specifically, these examples concern two former leaders who were in office for much of the pandemic and then a third *sui generis* leader; I have chosen to consider single institutional figures because we cannot ignore the fact that today's political communication often results in political marketing. At the center should be the party, but the personalization of politics has replaced it as its leader, and this is a mechanism that also applies to institutional communication: at the center should be the institution - be it the Quirinal or St. Peter's - but it is always the single man who excels, more than ever in a scenario like the current one.

In fact, crises are complex events that challenge the *status quo* and are perceived as threats to the values and structures of a community. Crisis' responses involve a multiplicity of actors; however, the behaviour of leaders is crucial in constructing these responses. leaders' behaviour is crucial in constructing these responses. In a crisis situation, enormous expectations are created around leaders. They are the main point of reference for those affected. This also explains the rallying "round the flag effect", namely the popular support that government leaders often enjoy in the early stages of a crisis. In addition, the implementation of modern communication platforms, such as Twitter, has provided political leaders with the opportunity to act unmediated, quickly and 'virally', directly engaging their 'followers'. In particular, this preferential relationship allows politicians to bypass the traditional elitist media that often oppose them, providing the possibility of short communication and everyday language that can be used by the generality of voters.

In a context such as the one generated by the epidemiological emergency, leaders have necessarily become the privileged interlocutors of a population that is globally concerned, confused and more divided than ever.

First of all, I have chosen to consider the media example closest to our reality, i.e. the former Prime Minister Giuseppe Conte, and the fluctuating parabola of popularity and success that characterized his last months of government at the same time as the spread of the Coronavirus in our country. During the initial moments of the Covid-19 emergency, the Italian Prime Minister made careful and considered use of the media, also thanks to the support of a professional staff able to shape a media image consistent with the leader's characteristics. This has allowed him to develop certain dimensions of his media identity: reliability and political competence, empathy, reassurance and personal sharing in times of collective difficulty in order to protect Italian interests. His personality, combined with the contingent historical period, has highlighted the novelty of modern leadership in a political context characterized, especially in recent years, by public-private protagonism. As a result, Conte reached the highest levels of popularity in the first phase of the emergency, only to gradually lose points with the arrival of the second wave of the virus in September, until the carnage marked by the government crises of January 2021.

Secondly, my analytical gaze turned to Pope Francis. The Pontiff is a global institutional figure on a par with the two aforementioned leader-storytellers and has addressed the Coronavirus topic in almost all of his speeches and statements during this period; however, his narrative has always remained marginal and peripheral, despite his communication skills.

Since his ascension to the papal throne, Argentinean Jorge Mario Bergoglio has not only undertaken significant and transcendental changes at the ecclesiastical level: over the years, he has managed to offer a masterful lesson in strategic communication. The Holy Father has the appearance of an ordinary man who deliberately stays away from the ostentation, protocol and pomp that has always characterized most political and religious leaders, demonstrating a powerful tactic to get close to the people, given by the combined use of three precise tools: identification, inclusion and transparency. Finally, the third case I wanted to analyze was the US case, namely the communication strategy implemented by Donald Trump in a context in which he was exposed to two fires: the management of a health crisis within the first world power on the one hand, and the management of the elections to return to the government of the first world power on the other.

In this regard, Trump evidently used the pandemic as a tool for his campaign; he did so by self-generating content with a simple tone and elementary vocabulary, presenting very little professional or political language. In this way, he made his communications easy to read and interpret, traits that would tend to be a good attribute for reaching a wide audience, but which have not been successfully applied in a time of global pandemic. The emblematic case of the United States emphasises how dangerous it is to have political leaders who fail to recognise the importance of the crisis, fail to follow the advice of experts, and, at times, have actively misled the public.

Despite their differences and adversities, all three leaders under review emerged media defeated from the COVID-19 pandemic, thus demonstrating that between trust and institutions in *medium stat virus*.

A virus that despite the adversities experienced so far can still prove to be an opportunity to rethink the post-Covid world, and certainly this reflection on institutional communication and trust is intended to be a starting point in this sense: where there is reliable, verified, polyphonic information that fights the liars and the profit-hunters, there is automatically citizenship, reciprocity, democracy, moral richness, joy that overcomes tragedy.

As repeatedly reported, many countries have failed in appropriate early responses to COVID-19, and government leaders have misled the public by their intentional or unintentional ignorance or downplaying of early pandemic symptoms: this failure of appropriate early responses to the global pandemic has caused unpredictably great damage in many countries.

This is why communication is important: in the future, correct communication at every stage of

a pandemic, from the first evidence to the return to normality, given its absolute importance, must be the result of advanced and thorough planning, drawn up in times of 'calm', in so-called peacetime. This will allow it to be implemented through a clear, decisive, yet flexible strategy that can be immediately adapted to the type of crisis that has arisen, or to the situation that is supposed to lead to a crisis. The right communication will not only prevent actions taken to stop the spread of the disease from being rendered ineffective by non-obedience or the spread of panic, but also to better manage rumors, fake news and malicious disinformation aimed at targeting the state. The strategic task of communication in a pandemic crisis is to reduce the sense of bewilderment and uncertainty in the population. Communication will thus help to achieve the primary objectives of limiting the number of victims and preventing the disintegration of the social system. Uncertainty is a great enemy in a crisis situation because it destroys the prospect of a future, reduces the ability to plan one's life, distances the idea of a way out of the malaise one is feeling, and drastically reduces trust in institutions and awareness of the importance of safeguarding people's health.

Fighting uncertainty also means reducing the sense of fear, containing it, preventing it from turning into panic and mistrust towards the institutions.

For these reasons, it is imperative that political leaders and the institutions themselves review their communication strategies. Otherwise, the price to pay will be a progressive loss of trust on the part of the citizens, which if it reaches its extreme consequences can unhinge all the cornerstones of a healthy democracy.

