

Comunicare l'emergenza al tempo dei *social media*

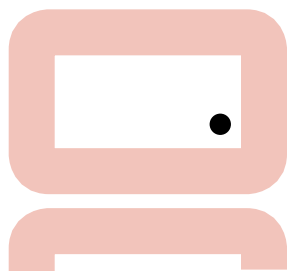
Maria Giovanna Pagnotta

Terremoti, alluvioni, epidemie, inquinamento, biotecnologie. La comunicazione del rischio è oggi uno strumento essenziale per promuovere la salute e la tutela dell'ambiente. In questo contesto le piattaforme digitali assumono un ruolo di rilievo nelle situazioni di emergenza, quando la disponibilità di informazioni diventa una necessità vitale e le persone si rivolgono ai *social media* per cercare notizie

Secondo la raccolta dei dati del report mondiale *Digital In 2017*, relativi all'utilizzo di internet, dei *social media* e mobile, oltre il 46% della popolazione mondiale, equivalente a tre miliardi e mezzo di persone, è connesso a internet. Sono 2,5 miliardi le persone che usano *social network* e 3,8 miliardi quelle che utilizzano i dispositivi mobili, fenomeni in crescita di circa il 10% rispetto all'anno 2016. Questo trend è la chiara conseguenza di come la rivoluzione tecnologica abbia aperto le porte a una vera e propria rivoluzione culturale e conseguentemente psicologica e comunicativa. Una trasformazione epocale, che non ha avuto eguali dai tempi della nascita della scrittura.

Nell'era globalizzata della conoscenza, dove i flussi di notizie si sviluppano soprattutto attraverso i media online e i *social network*, l'accessibilità alle informazioni costituisce una prerogativa indispensabile ai fini dell'attuazione di una politica inclusiva in un contesto civile e democratico della società. L'importanza di una comunicazione efficace è riscontrabile soprattutto in settori comunicativi delicati e di innegabile importanza come quello della comunicazione del rischio naturale, in situazioni di emergenza e non. In un Paese, come il nostro, ad alto rischio sismico e idrogeologico, la diffusione tempestiva di informazioni efficaci e affidabili può avere un ruolo fondamentale per la mitigazione del rischio e al contenimento dei danni ad esso connessi. Il flusso comunicativo che si viene a creare in questo contesto, infatti, è di primaria importanza per la salvaguardia dei soggetti colpiti. Secondo uno studio di Comunello (*Comunello 2014*) sono proprio i *social network* i pri-

mi mezzi di informazione a essere utilizzati dalla popolazione per reperire notizie riguardanti un'emergenza. Questo accade sicuramente anche perché, in molti casi, l'evento calamitoso crea l'interruzione di linee telefoniche, generato anche dal congestionamento delle stesse. Facebook e Twitter in queste situazioni possono fornire un'alternativa necessaria per ottenere informazioni utili ai soccorsi. Con i *social network* i modelli comunicativi tradizionali iniziano a essere totalmente stravolti, dal momento che gli utenti non sono unicamente fruitori dell'informazione ma anche produttori della stessa. In questo modo è evidente come tale ecosistema comunicativo possa aver cancellato totalmente i tradizionali modelli comunicativi che vedevano le istituzioni come portatrici di informazioni ufficiali mentre gli utenti come semplici ricettori dell'informazione, sostituendo la lineare struttura verticale di trasmissione della comunicazione con una trasmissione orizzontale *two-ways*. Tramite i *social network*, come sottolinea più volte Giancarlo Sturloni nel suo libro "La comunicazione del rischio" (Mondadori Università, 2018), gli utenti possono partecipare allo scambio informativo inerente il rischio naturale, fornendo un contributo attraverso la pubblicazione di proprie testimonianze o la condivisione di post istituzionali. Le interazioni comunicative in emergenza vedono infatti da un lato l'impegno delle istituzioni nel tentativo della gestione dell'emergenza, mentre dall'altra parte l'automatico coinvolgimento dei cittadini-utenti che si attivano a loro volta grazie ai *social*. In questo caso, il ruolo delle istituzioni e dei media nella capacità di rapportarsi con tutti i soggetti coinvolti nell'emergenza può fare la dif-



ferenza per quanto riguarda la gestione del rischio, facendo in modo che le popolazioni colpite riescano a reagire attivamente. Compito fondamentale delle istituzioni in questa evoluzione comunicativa è dunque quello di valorizzare e canalizzare i contributi degli utenti, cercando di accogliere e gestire la crescente necessità di partecipazione alla gestione del rischio da parte della popolazione. Secondo le stime Censis del 2017, ben il 56% degli italiani ha un profilo Facebook, il 49,5% è su Youtube, il 21% è su Instagram e il 13,5% è su Twitter. Nonostante gli utenti attivi su Twitter in Italia risultino essere una minoranza rispetto alle altre piattaforme *social*, bisogna ricordare che si tratta di una piattaforma utilizzata da giornalisti, decisori politici e grandi aziende, che possono adoperare gli stringati tweet per ampliare e divulgare il messaggio su altre piattaforme *social*. È infatti l'uso integrato delle varie piattaforme che consente un'efficace comunicazione del rischio naturale, iniziando dalla comunicazione in tempo di pace fino ad arrivare alla comunicazione in emergenza, momento in cui i *social media* assumono una funzione fondamentale data la necessità di informazioni che si viene a creare in questi periodi delicati.

L'accadimento di un evento catastrofico rompe infatti la routine quotidiana, costringe al cambiamento e a un'immediata riorganizzazione del sistema cognitivo. In questo modo le persone sottoposte a una situazione di emergenza rispondono tendenzial-

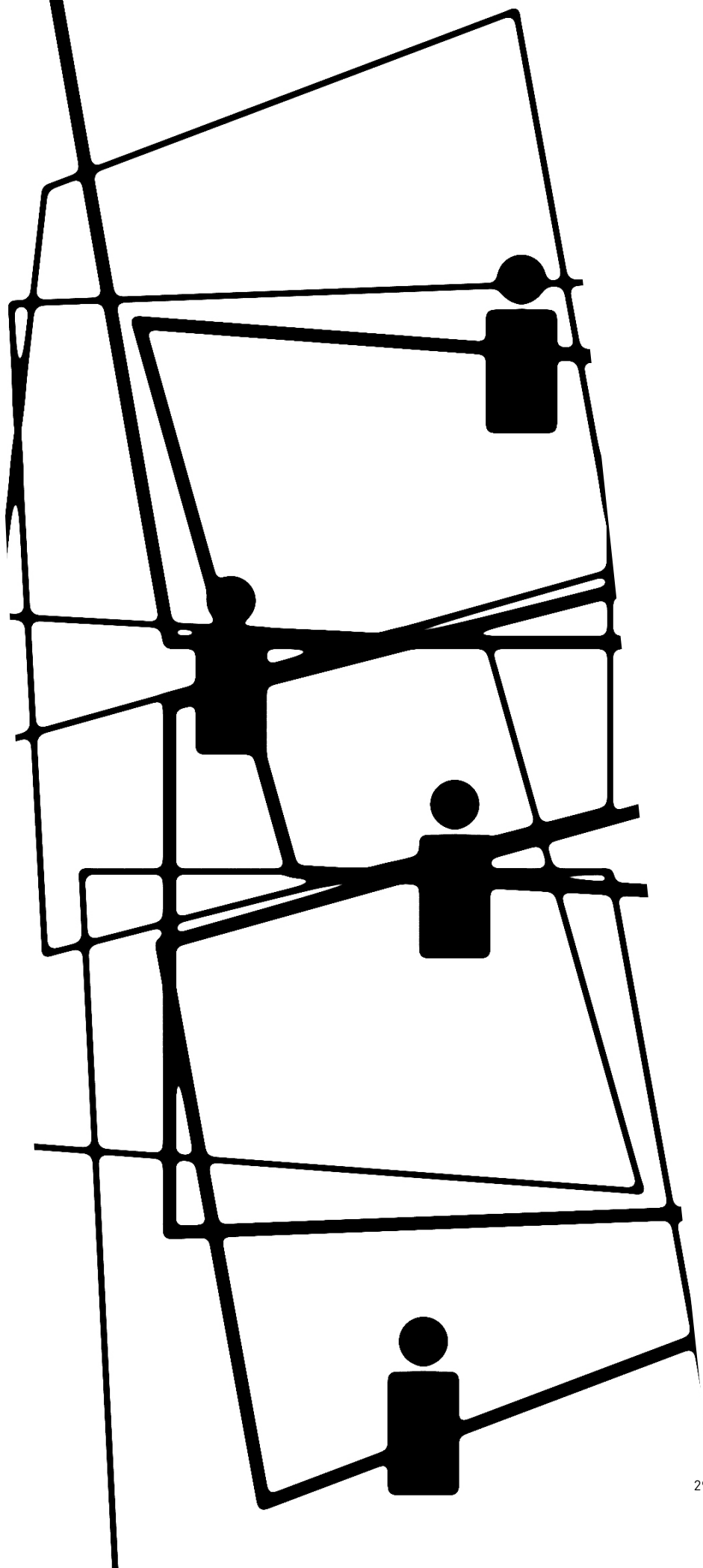


Nelle società contemporanee, i media creano discussioni pubbliche aperte a un numero crescente di stakeholder

mente a questa pressione cercando differenti forme di supporto. Un numero crescente di cittadini dunque utilizza le piattaforme *social media* per condividere testimonianze, esperienze ed emozioni, cercare sostegno e informazione e offrire il proprio aiuto alle popolazioni colpite.

Vi è una vasta varietà di *social* che la popolazione utilizza durante le emergenze, il web consente infatti un

uso integrato delle piattaforme multimediali che garantisce così di indirizzare la comunicazione a seconda del target di riferimento e dell'obiettivo comunicativo. Twitter, per il suo carattere di istantaneità e per le sue funzionalità che favoriscono un'ordinata catalogazione di ampi flussi informativi attraverso gli *hashtag*, è una delle piattaforme maggiormente utilizzate in emergenza. Con i suoi 140 caratteri, Twitter viene utilizzato soprattutto per la diffusione di comunicazioni istantanee in emergenza, arrivando a favorire, se ben canalizzato, il coordinamento di iniziative di primo intervento. Grazie alla caratteristica dei post *real time*, alla messaggistica pubblica e alla relazione comunicativa *one-to-many*, questa piattaforma riesce a garantire una disseminazione delle informazioni massiva. Analizzando la struttura di Twitter, il *social* si presenta a primo impatto come asimmetrico, ossia fatto di pochi utenti con un cospicuo numero di *followers* e molti utenti con un numero limitato. Nonostante ciò, grazie ai *retweet* e ai *tag* vi è un'ampia diffusione delle informazioni, soprattutto grazie ai *retweet* di *twitstar*, ossia utenti con un gran numero di *followers*, e *influencer* della piattaforma, dal momento che almeno in Italia le istituzioni sono solo una timida presenza. Twitter consente inoltre di accedere istantaneamente alle informazioni essenziali riguardanti l'emergenza grazie ai relativi *hashtag*, che favoriscono la ricerca di informazioni raggruppando le stesse per macro aree. L'utilizzo efficace di questo *social* in emergenza è stato anche standardizzato da una guida ONU che ha identificato tre *hashtag* principali da utilizzare in emergenza: # nome della calamità, # *public reporting* e # richiesta di soccorso, con post sempre tassativamente geolocalizzati. Facebook d'altro canto, è sicuramente il *social media* più utilizzato e diffuso al mondo, ma al momento le limitazioni di privacy rendono ancora un po' macchinoso il suo utilizzo in emergenza. Questa piattaforma *social* è infatti maggiormente utilizzata per l'espressione degli stati d'animo e per tutto ciò che riguarda le testimonianze legate alla memoria dei disastri naturali, garantendo la sua efficacia nella comunicazione del rischio in momenti di pace.



Una funzione fondamentale di Facebook in emergenza è senza dubbio il *safety check*, che viene attivato automaticamente nelle zone colpite. Questo *tool*, che funziona attraverso la geo-localizzazione, permette infatti di poter informare i propri contatti che si è al sicuro e di controllare che anche gli altri utenti lo siano. L'importanza dei *social network* in emergenza è stata rimarcata già dal 2015, con il *Sendai Framework for Action*, la Conferenza Mondiale dell'ONU sulla riduzione del rischio catastrofi.

Il documento approvato dalla *World Conference on Disaster Risk Reduction*, infatti, include per la prima volta i *social media* tra gli strumenti ufficiali di gestione degli eventi causati da calamità naturali. A livello internazionale si stanno attivando anche organizzazioni no-profit nell'ambito del *digital humanitarian*. È il caso ad esempio della *Standby Task Force*, una ONG americana che opera nel campo dell'*information management* e del *crisis mapping*. I volontari della *Standby Task Force* monitorano il web in tempo di emergenza per cercare e catalogare informazioni utili alle organizzazioni che si occupano di rispondere all'emergenza. Tutte le informazioni raccolte vengono poi categorizzate, analizzate, verificate, localizzate e organizzate in mappe o *dataset*. In questo modo un semplice *tweet* può diventare un'informazione chiave per portare aiuti nelle zone colpite da un disastro naturale. Nonostante a livello internazionale studi ed esperienze dimostrino come l'impiego dei *social*



L'uso integrato delle piattaforme digitali consente di potenziare la comunicazione del rischio

network in emergenza possa contribuire alla resilienza delle comunità colpite da un disastro naturale, in Italia la comunicazione istituzionale sul web e ancora di più nei *social network*, fatica a prendere piede. Ma se le istituzioni tardano ad aprirsi al mondo dei *social*, sono i cittadini stessi colpiti dall'emergenza a condividere informazioni in modo da andare a colmare la scarsa presenza istituzionale online. In Italia



è nel maggio 2012, con il terremoto in Emilia che si inizia ad avere una reale testimonianza dell'ascesa del ruolo dei *social network* in emergenza. In effetti, durante questo evento calamitoso, il primo tweet venne postato esattamente un minuto dopo la prima scossa di terremoto, anticipando di circa trenta minuti la diffusione ufficiale delle notizie da parte degli organi di stampa. Le notizie sul sisma sono state dunque inizialmente diffuse grazie alle semplici testimonianze dirette degli utenti, alle quali solo dopo qualche ora si è aggiunta quella di profili di testate giornalistiche e personaggi pubblici molto seguiti. A testimonianza dell'assenza istituzionale sui *social*, solo il profilo dell'INGV @ingvterremoti è risultato attivo durante il sisma in Emilia, fornendo però unicamente informazioni tecniche come la localizzazione e magnitudo dei terremoti, senza dare nessun'altro tipo di indicazione alle popolazioni terremotate. Mentre è mancata totalmente la presenza di istituzioni pubbliche che avrebbero potuto contribuire alla diffusione di informazioni per la gestione del rischio e anche profili di Protezione Civile Nazionale e Locale hanno mostrato una scarsa presenza.

Nonostante ciò, questo evento sismico è stato uno dei primi disastri naturali commentati per esteso nel territorio italiano, facendo diventare un *trending topic* l'*hashtag* #terremoto per tutto il periodo del sisma, grazie ad un'attivazione informativa dal basso. La carenza comunicativa istituzionale è stata dunque colmata dai media e dalle *twitstar*, che hanno attivato un processo di *mention/RT* in grado di far circolare le informazioni utili alla gestione dell'emergenza. Nonostante si tratti di profili non esperti di emergenza e di protezione civile, la loro portata mediatica all'interno di Twitter Italia ha fatto in modo che notizie inerenti il soccorso fossero diffuse ad un'ampia platea di utenti.

La scarsa presenza delle istituzioni nei *social media* è stata riscontrabile anche durante l'alluvione in Sardegna del novembre del 2013, quando una perturbazione con precipitazioni intense portò ad allagamenti ed esondazioni in 5 province, per un totale di sedici morti ed un disperso. Tale evento calami-





toso ha creato una florida attività sui *social media*, ma con un fine differente dall'attivazione spontanea generata in Emilia. Infatti, se in Emilia i contributi degli utenti twitter erano prevalentemente mirati a diffondere informazioni o, nel caso di Facebook, ad esprimere il proprio stato d'animo o la propria testimonianza, in occasione dell'alluvione in Sardegna si è assistito per la prima volta in Italia a un'attività comunicativa volta a fornire reale supporto alle popolazioni colpite. Una vera e propria attivazione dal basso di volontari *social*, organizzati con l'*hashtag* #allertameteoSAR e attivi su varie piattaforme *social* con grande capacità di pianificazione e organizzazione. Attraverso una linea comunicativa comune e condivisa, i volontari hanno favorito l'efficacia degli interventi comunicativi e, di conseguenza, degli interventi dei soccorritori sul territorio. Sono state infatti diffuse delle vere e proprie regole di utilizzo per ciascun *social*, come ad esempio utilizzare l'*hashtag* #allertameteoSAR solo per comunicazioni relative ad effettivi soccorsi inerenti l'alluvione.

Questa moderazione condivisa dell'*hashtag* da parte dei volontari digitali è stata la strategia vincente per eliminare i tweet non strettamente connessi alle azioni di soccorso e veicolare quindi efficacemente solo le informazioni necessarie, facendo diventare in questo modo l'*hashtag* un vero e proprio strumento di supporto alla mitigazione del rischio e ai soccorsi. Le informazioni sono state poi condivise in una pagina Facebook e in una mappa collaborativa dal nome SardSOS. Questa mappa si è rivelata essere un'innovativa forma di partecipazione dei cittadini attraverso i *social network*, utilizzata per dare ordine al flusso indistinto di informazioni riguardanti l'emergenza e rendere dunque i contenuti utili all'emergenza. La mappa, costruita sulla piattaforma Ushaidi (azienda no-profit che sviluppa software *open source* gratuito per la raccolta, la visualizzazione e la geo-localizzazione interattiva di informazioni), ha permesso di raccogliere tutte le informazioni riguardanti le criticità, le località colpite ed è stata dunque utile per segnalare aiuti, punti di raccolta e coordinare i volontari.

Questo strumento, facile da utilizzare anche per i non esperti, ha garantito la partecipazione attiva di tanti cittadini volontari alle azioni di resilienza ed è stato un chiaro esempio di attivismo digitale nato dal basso grazie all'uso intelligente dei *social network* e al coinvolgimento degli utenti nella mitigazione del rischio naturale.

Appare dunque evidente come l'inclusione delle piattaforme *social* sia necessaria nelle attività di comunicazione e gestione del rischio, sia in tempo di pace che durante l'emergenza. Allo stesso tempo, risulta necessario garantire la presenza delle istituzioni in queste piattaforme, in modo da organizzare il flusso comunicativo e da agire da filtro per fornire ai cittadini informazioni tempestive ma sicuramente verificate. Gli utenti partecipano all'emergenza per colmare vari bisogni come, ad esempio, quello di informazione o i bisogni connessi agli usi sociali, al supporto emotivo, alla mobilitazione autonoma ecc. Qualsiasi sia il bisogno che i soggetti intendono colmare, un uso così diffuso dei *social* lascia percepire la forte volontà di partecipazione dei cittadini. Questa presenza dovrebbe essere canalizzata e organizzata da parte delle istituzioni, cercando di sfruttare al meglio il potenziale degli utenti, in modo da creare una forte rete civica di supporto alla mitigazione del rischio e al conseguente raggiungimento di comunità maggiormente resilienti al rischio naturale. Le



Una funzione di Facebook in emergenza è senza dubbio il *safety check*, che si attiva automaticamente nelle zone colpite

istituzioni devono adottare dei piani di comunicazione, anche sulle piattaforme *social*, stabilendo tutti i punti del piano comunicativo prima che si sviluppi l'emergenza vera e propria, sfruttando a pieno le potenzialità dei *social network*. Azione di prevenzione fondamentale per ottenere la mitigazione del rischio è lo sviluppo di una reale cultura di protezione civile, che può essere ottenuta solo valorizzando il supporto della cittadinanza attiva.