

LA FNOVI CO-FINANZIA UN PROGETTO DI RICERCA

# Per ridurre il rischio di disinformazione

Il Ministero della Salute ha approvato un progetto per la riduzione degli allarmismi ingiustificati nella comunicazione sui temi alimentari. Sarà co-finanziato dalla Federazione, mettendo a disposizione una borsa di studio per un laureato in medicina veterinaria. Mappatura, monitoraggio e miglioramento della comunicazione realizzata dai media.

di Licia Ravarotto\*  
e Antonio Lauriola\*\*

**C**omunicare la sicurezza alimentare è difficile, soprattutto in Italia, dove le informazioni si “strillano”, lasciando poco spazio alle conoscenze e alla valutazione degli aspetti davvero importanti per il cittadino. Nel linguaggio mediatico corrente troviamo spesso il termine “scandalo” alimentare e gli eventi sono enfatizzati con toni allarmistici che non lasciano scampo al consumatore perennemente disorientato. Se da una parte c'è il giornalista che “fa il suo mestiere” dall'altra c'è un cittadino, che raramente ha gli strumenti e le conoscenze scientifiche adeguate per proteggersi dalle paure. In tal senso, la vicenda dell'influenza aviaria è stata particolarmente significativa. Tra i vari insegnamenti che quell'esperienza ha lasciato, vi è l'evidenza che per la riduzione dei falsi allarmismi è indispensabile che gli esperti si propongano e

sappiano comunicare efficacemente. È questa una competenza che va esercitata costantemente: in situazioni ordinarie, per far guadagnare credibilità e fiducia; durante le emergenze, per spendere quell'affidabilità e autorevolezza procurata in “tempo di pace” e contribuire a ridurre reazioni esagerate e insensate.

## IL PROGETTO

A partire da questi presupposti, è stato proposto e approvato dal Mi-

nistero della salute un progetto di ricerca dal titolo “Riduzione di allarmismi ingiustificati da parte dei consumatori attraverso la mappatura, il monitoraggio e il miglioramento della comunicazione del rischio realizzata dai media”.

Il progetto, presentato per il finanziamento dall'Istituto zooprofilattico delle Venezie ed attivato il 1 dicembre 2011, vedrà coinvolta una rete di esperti del rischio alimentare, di metodologia della ricerca sociale e di comunicazione afferenti al Dipartimento



di sanità pubblica dell'Azienda Usl Modena, alla Facoltà di Medicina Veterinaria dell'Università di Parma, al Centro di ricerca indipendente Observa Science in Society di Vicenza, alla Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università di Catania, all'Istituto zooprofilattico sperimentale dell'Umbria e delle Marche, oltre che all'Istituto proponente.

La Fnovi cofinanzierà il progetto mettendo a disposizione una borsa di studio per un laureato in medicina veterinaria che collaborerà con l'equipe di progetto per l'analisi dei risultati e, ancora più importante, per il loro impiego da parte del medico veterinario qualora si trovi a dover affrontare argomenti di sicurezza alimentare o, più in generale, questioni che riguardano la salute pubblica sul piano della comunicazione mediatica.

## OBIETTIVI

Il progetto di ricerca ha l'obiettivo di mappare, monitorare e analizzare le modalità attraverso cui le questioni della sicurezza alimentare e del rischio sono veicolate dai mass media al grande pubblico. Si vuole così migliorare e mettere a punto una comunicazione in grado di ridurre la diffusione di allarmismi ingiustificati tra i consumatori. Per raggiungere questi scopi, il progetto si svilupperà nelle seguenti fasi: 1) attuazione di uno studio sulle modalità con le quali i media trattano le questioni di sicurezza e rischio alimentare; 2) costruzione di uno strumento di monitoraggio dei media, che adotterà dei metodi di indagine definibili come "intelligenti e appropriati" in li-

nea con le tendenze di sviluppo degli strumenti di comunicazione *web-oriented*, il quale potrà essere adoperato dalle Autorità - come metodo per rilevare e individuare fenomeni che, se tralasciati, possono portare all'insorgere di emergenze sanitarie ingiustificate - e dal consumatore, per interpretare correttamente il rischio, a partire dal parere degli esperti; 3) realizzazione e diffusione di una piattaforma web contenente informazioni, metodi, strumenti e altri tipi di documenti sulla comunicazione del rischio; 4) progettazione, realizzazione e valutazione di una campagna di comunicazione pilota sulla sicurezza alimentare; 5) elaborazione di linee guida per migliorare la comunicazione sui rischi alimentari sia nelle situazioni di emergenza sia ordinarie, utili alle istituzioni che operano nel settore, per migliorare la comunicazione del rischio. Informazioni, approfondimenti e suggerimenti pratici saranno in seguito diffusi attraverso vari canali, scientifici e divulgativi, affinché tutti i professionisti che operano per la sicurezza alimentare siano in grado di affrontare le situazioni di comunicazione, in special modo quelle straordinarie.

## METODOLOGIA

Il progetto si contraddistingue per l'utilizzo di un approccio integrato alla questione del rischio alimentare.

La messa a punto dello strumento di monitoraggio della copertura mediatica e lo sviluppo delle proposte di informazione alle istituzioni e al cittadino saranno realizzati attraverso un approccio

multidisciplinare costruito a partire dal contributo di diversi ambiti specialistici: medico, medico-veterinario, microbiologico, chimico, sociologico, dell'informazione e psicosociale. Inoltre sarà attivato un comitato scientifico, formato da referenti istituzionali, qual è il Ministero della Salute, ed esperti di comunicazione nazionali e internazionali, che avrà la funzione di discutere le implicazioni cognitive e applicative dello studio, durante e oltre l'intera durata del progetto.

## PREVENIRE

Infine, poiché la tempistica sembra essere il fattore cruciale nel determinare la strategia che permetta di tenere lontani ansia e allarmismo ingiustificato, riuscire a prevedere in tempo utile l'arrivo di un'emergenza mediatica alimentare, consentirebbe di prevenire atteggiamenti immotivati attraverso un'adeguata preparazione degli esperti sul piano scientifico e comunicativo. Gli esperti di comunicazione durante la crisi sostengono che occorre una gestione immediata e trasparente informando i consumatori, direttamente o attraverso i media, in modo corretto. Solo così è possibile evitare il caos della disinformazione.

\*Comunicazione e conoscenza per la salute, Istituto Zooprofilattico Sperimentale delle Venezie

lravarotto@izsvenezie.it

\*\*Informo-Servizio Veterinario, Azienda USL di Modena  
a.lauriola@ausl.mo.it ●