L’informazione ai tempi dei Ferragnez. La lotta alle fake news tra emergenza Covid e influencer

«Ragazzi, vi chiedo una trentina di secondi di attenzione perché devo passare un messaggio molto importante».

Lo scorso 19 ottobre ha suscitato una coda di polemiche il messaggio che Fedez ha affidato a Instagram in cui raccontava di essere stato contattato dal presidente del Consiglio Giuseppe Conte.

«Abbiamo ricevuto una telefonata inaspettata. Siamo stati messi in contatto col presidente del Consiglio che ha chiesto un aiuto da parte mia e di mia moglie per esortare la popolazione, soprattutto quella più giovane, all’utilizzo della mascherina», ha rivelato il rapper.

Qualunque cosa ne pensino i detrattori, la strategia pare abbia funzionato.

In quella giornata sono stati oltre 18.000 gli articoli, i

post, le storie, su Facebook, Twitter e Instagram che contenevano la citazione “usare la mascherina”. Il giorno precedente erano poco più di 10.000.

Impossibile stabilire una relazione di causa-effetto, ma di certo l’associazione tra i due fatti è molto forte. E fotografa il potere mediatico degli influencer, che si amplifica nelle situazioni di emergenza come quella legata alla pandemia da Covid-19 e che diventa critico se messaggi non validati vengono diffusi in modo irresponsabile. Oggi la voce di un influencer sovrasta quindi quella dei canali ufficiali e della stampa? Come aiutare i cittadini a riconoscere le fonti attendibili durante le situazioni di emergenza e in generale sui temi della salute e della scienza? E come contrastare le credenze infondate o le vere e proprie bufale che circolano sulla rete?

Sono le domande a cui cerca di rispondere “Informing for Life”, un progetto di comunicazione promosso da Fondazione MSD in partnership con CICAP (Comitato Italiano per il Controllo delle Affermazioni sulle Pseudoscienze) con l’obiettivo di promuovere sul web l’informazione scientifica validata.

Il progetto è uno dei primi tentativi ad ampio raggio di individuare una risposta organica e condivisa al fenomeno delle fake news scientifiche e della disinformazione in rete, che ha un impatto notevole a livello sociale e sulla Salute delle persone. Nel corso di tre tavoli digitali, giornalisti, ricercatori ed esperti del web si sono confrontati sui percorsi da intraprendere per coniugare sul web rigore scientifico, viralità e trasparenza dell’informazione: dal ruolo di Facebook agli strumenti di verifica delle fonti e delle immagini, ai criteri per il fact checking, negli incontri sono state analizzate tutte le più importanti risorse per dare forza sul web alle informazioni scientifiche validate.

Nel terzo e ultimo appuntamento, il focus è stato quello di

come “dare valore” all’informazione social, anche alla luce dell’attuale pandemia. A marzo, nella fase più acuta, le notizie sul Coronavirus sono arrivate a occupare quasi il 60% di tutta la copertura informativa offerta da TV, quotidiani, radio e internet. L’emergenza Covid è stata un moltiplicatore degli accessi ai canali social: secondo i dati diffusi da Mark Zuckerberg ad aprile 2020, durante il lockdown, in Italia, il tempo trascorso sulle app social sarebbe aumentato del 70% e le visualizzazioni delle dirette su Instagram e Facebook sarebbero raddoppiate. E a fine maggio, mentre diminuiva la copertura da parte dei media, l’incidenza della disinformazione sul totale delle notizie relative all’epidemia veicolate attraverso i social ha raggiunto il 13%. Ma è cresciuto anche l’accesso alle fonti istituzionali: nella prima fase, la pagina Facebook del Ministero della Salute ha fatto registrare un incremento di accessi del 693%, con oltre 430.000 nuovi follower che hanno generato una community di oltre 490.000 persone.

«Le piattaforme digitali sono essenziali nell’informazione sanitaria e i social media hanno assunto un ruolo di rilievo durante l’emergenza», è il parere di **Lorenzo Montali**, vicepresidente del CICAP e docente di Psicologia Sociale, Università di Milano-Bicocca. «Quando la disponibilità di informazioni diventa una necessità vitale le persone si rivolgono a Twitter o Facebook per cercare notizie, diffondere contenuti, condividere emozioni, chiedere aiuto o offrire supporto. A maggior ragione, in queste situazioni i messaggi che raggiungono i cittadini non devono promuovere comportamenti deleteri per la salute e la sicurezza pubblica».

Anche nell’emergenza COVID la disinformazione è stata favorita dai processi di disintermediazione che penalizzano il ruolo tradizionale dei giornalisti come interfaccia tra le fonti di informazione e il pubblico.

«Oggi il giornalista scientifico deve trovare un suo nuovo spazio, sapersi reinventare per interpretare, commentare,

decodificare le notizie invece di limitarsi a raccontarle», afferma Roberta Villa, giornalista medico-scientifica e divulgatrice attraverso il suo profilo social. «In realtà, sulla base della mia esperienza, se sui social si trova la chiave per presentare l'informazione scientifica in maniera al tempo stesso accattivante e rigorosa, emerge una platea vasta di persone interessate e che non si fanno attrarre da notizie non certificate».

Ma come far emergere sui social una comunicazione scientifica di valore e distinguerla dal flusso delle notizie-spazzatura? Un supporto importante al ruolo dei giornalisti scientifici è offerto oggi da QUEST- QUality and Effectiveness in Science and Technology communication, un progetto biennale promosso dall'Unione Europea nell'ambito di Horizon2020, nel quale è coinvolta per l'Italia l'Università Ca' Foscari di Venezia. Obiettivo del progetto è studiare qualità ed efficacia della comunicazione scientifica in Europa per contribuire a migliorarla.

Nell'ambito del progetto QUEST, attraverso un confronto che ha coinvolto esperti, accademici, comunicatori e giornalisti di tutta Europa, sono stati individuati 12 indicatori di qualità della comunicazione scientifica riconducibili a tre aree: affidabilità e rigore scientifico, stile di presentazione e connessione con la società e le sue esigenze, tenendo conto anche della responsabilità che può comportare questa comunicazione comporta e richiede. Inoltre, l'Università Ca' Foscari sta mettendo a punto una serie di strumenti utili a migliorare l'engagement della comunicazione scientifica sui social, basate sul monitoraggio di oltre mille account Facebook e Twitter europei di carattere scientifico.

Oltre al rigore e alla qualità dell'informazione, la comunicazione su temi di salute di interesse pubblico può fare leva sul coinvolgimento di influencer. Ma si tratta di un'arma a doppio taglio: se anche nel passato personaggi celebri hanno prestato la loro notorietà a cause di salute pubblica, come

Elvis Presley per la vaccinazione contro la poliomielite, oggi le piattaforme digitali amplificano immediatamente tutti i messaggi e la voce delle fonti ufficiali, della stampa o degli influencer “responsabili” viene offuscata da chi diffonde notizie inattendibili o dannose.

«Il coinvolgimento degli influencer nella comunicazione di crisi delle istituzioni può essere efficace e positivo se avviene all’interno di piani di comunicazione strutturati, integrati e misurabili che utilizzano i social media per assicurare la diffusione tempestiva di informazioni verificate, monitorare la situazione sul territorio e per coordinare gli interventi di soccorso», afferma **Giancarlo Sturloni**, giornalista scientifico, esperto in Comunicazione del rischio. «In questo momento, però, a livello istituzionale non si vede una comunicazione strutturata sui social e c’è uno scarso livello di interazione con gli utenti e di risposte alle loro domande. Le istituzioni deputate non presidiano ancora stabilmente il palcoscenico e lasciano dei vuoti che possono essere occupati da chiunque. Basta pensare che la Protezione Civile in Italia ha aperto il suo account Facebook solo nel 2018».

Le indicazioni emerse dai tre tavoli digitali di Informing for Life sono il primo step di ulteriori iniziative e progetti, realizzati da Fondazione MSD in partnership con altri soggetti, secondo il principio per cui solo attraverso una azione congiunta e sinergica di tutti gli attori del mondo scientifico e dell’informazione sia possibile prendere adeguatamente in carico il problema.