

TANTE NOTIZIE, NESSUNA INFORMAZIONE

di Bartolomeo Griglio

È ampiamente riconosciuto che i media non solo sono fonte di notizie ma svolgono un ruolo nel portare i rischi all'attenzione dell'opinione pubblica creando un senso di urgenza e di richiesta di informazioni attorno ad essi.

La comunicazione di informazioni risulta quindi un processo indispensabile per contribuire ai processi di presa di coscienza del cittadino nei confronti delle minacce alla salute (ed all'ambiente) e di aiuto all'acquisizione di comportamenti efficaci nei confronti dei rischi che incontra in tutto l'arco della vita, nelle sue diverse articolazioni. E che, quindi, comunicare, per coloro che si occupano di salute, non può risolversi con messaggi lanciati attraverso i mass media o con opuscoli e volantini ma deve prevedere l'impiego corretto degli strumenti della formazione e della promozione della salute per creare una diffusa cultura della sicurezza, a partire dalle giovani generazioni e dalle fasce più a rischio della popolazione.

La percezione del rischio ha infatti, come riconosciuto dalla WHO, un diretto impatto sul benessere dei cittadini per quanto concerne la componente psicologica con la possibilità effetti psicosomatici in grado di causare danni fisici rilevabili.

Inoltre, nel campo della alimentazione, solo divulgando all'interno della popolazione consapevolezza e pratiche di buon comportamento alimentare, si possono valorizzare tutti gli investimenti che gli imprenditori e le autorità di controllo effettuano in tecnologia, rispetto della catena del freddo, controlli, ecc... nelle fasi della produzione, trasformazione, commercializzazione, trasporto e vendita degli alimenti.

Peter Bennet del dipartimento di salute pubblica britannico, sostiene che un potenziale pericolo per la salute pubblica può diventare una notizia appetibile se sussistono e possono essere sviluppati i seguenti fattori:

- possibilità di individuare un colpevole
- presenza di situazioni non chiare e trasparenti che lasciano presagire segreti
- partecipazione umana (presenza di figure da caratterizzare quali eroi, malvagi, o meglio ancora vittime)
- collegamenti con situazioni o personalità già conosciute
- situazioni di conflitto
- coinvolgimento di valori: la storia lascia presagire ulteriori sofferenze
- molte persone esposte ad un pericolo anche basso
- elevato impatto visivo (immagini forti)
- collegamento a reati sessuali o alla criminalità organizzata.

I giornalisti non sono educatori o almeno questo non è il loro ruolo prioritario. Con questa prospettiva, non stupisce che l'attuale stile di comunicazione raramente risulta utile alla comunicazione del rischio risultando spesso addirittura dannoso. I media infatti tendono a focalizzare i dubbi, le incertezze ed i conflitti raramente legittimando le fonti che vengono spesso messe tutte sullo stesso piano.

Prima polli, uova e maiali alla diossina. Poi la mucca pazza. Sullo sfondo la battaglia contro le piante geneticamente modificate ed un ripetersi di crisi legate agli alimenti: dal Sudan I, colorante vietato impiegato per rendere più rosso il peperoncino sino alle più recenti paure innescate dall'epidemia dell'influenza aviaria in Asia o dalle contaminazioni dell'ITX.

Questa catena ininterrotta di allarmi alimentari, non attribuibile ad un peggioramento delle produzioni agro-alimentari bensì ad una accresciuta attenzione da parte della società ed alla evoluzione delle tecniche analitiche da parte dei laboratori di controllo, ha catalizzato l'attenzione dei mass media e dell'opinione pubblica europea e nazionale, con complesse ripercussioni sulla percezione dei rischi associati alla produzione degli alimenti.

L'incertezza dei dati scientifici, che ha creato e crea divisioni e spaccature tra gli esperti, e la mancanza di strategie di comunicazione definite, portando spesso ad una politicizzazione del dibattito, è stata più volte indicata come uno dei fattori in grado di influenzare la percezione del rischio.

È ormai riconosciuto che comunicare i rischi richiede un approccio molto complesso ed ancora non ben definito, probabilmente non solo per la mancanza di una metodologia scientifica accreditata e universalmente accettata, quanto per l'oggettiva difficoltà a quantificare fenomeni che chiamano fortemente in causa la soggettività e l'emotività di ciascuno, nel complesso rapporto con la società.

In un Paese come il nostro, caratterizzato da produzioni tipiche di qualità, legate al territorio e alle tradizioni che in molti casi hanno saputo stare al passo con i tempi e con le mutate esigenze dei cittadini rappresentando un punto di contatto tra salute, cultura, territorio e gusto, la percezione del rischio rappresenta anche un importante determinante economico.

È in tale contesto che si inserisce la sfida del piano di comunicazione continua al cittadino di ANMVI-FIMMG, proponendosi anche come supporto ai professionisti dell'informazione.

Bibliografia consultata

Peter Bennett e Kenneth Calman, *Risk communication and public health*, Oxford University Press, 2001.

FAO/WHO, *Expert Consultation on the Application of Risk Communication to Food Standards and Safety Matters* Rome, 2-6 February 1998.

Philip C.R. Gray, Richard M. Stern e Marco Biocca (a cura di), *La comunicazione dei rischi ambientali e per la salute in Europa*, Franco Angeli, 1999.

Giancarlo Sturloni, *La paura vien mangiando – comunicare il rischio alimentare*, International journal on science communication. N.4 marzo 2003.