



Appunti per la
comunicazione del rischio
del progetto
One Health Citizen Science
in Friuli Venezia-Giulia

Marco Talluri

(giornalista scientifico – direttore Ambientenonsolo)

La comunicazione
del rischio in aree a
forte pressione
ambientale -
Laboratorio di
formazione
partecipata

23 gennaio 2024

Le lezioni che vengono dalle esperienze passate

- Una delle principali lezioni apprese durante i principali eventi di salute pubblica del XXI secolo è che la comunicazione del rischio e il coinvolgimento della comunità è parte integrante del successo delle risposte alle emergenze sanitarie (cfr. OMS)
- Uno degli interventi più importanti ed efficaci in una risposta di salute pubblica a qualsiasi evento è quello di **comunicare in modo proattivo ciò che è noto, ciò che è sconosciuto e ciò che viene fatto per ottenere più informazioni**, con l'obiettivo di ridurre al minimo le conseguenze negative.

Comunicazione del rischio e coinvolgimento

- La comunicazione regolare e proattiva e l'impegno con il pubblico e le popolazioni a rischio possono aiutare ad alleviare la confusione ed evitare malintesi. Le persone hanno il diritto di essere informate e comprendere i rischi per la salute che loro e i loro cari affrontano. La percezione del rischio tra le popolazioni colpite spesso differisce da quella degli esperti e delle autorità.
- Una comunicazione del rischio e un coinvolgimento della comunità efficace può aiutare a colmare questo divario determinando ciò che le persone fanno, come si sentono e cosa fanno in risposta ai problemi. Questo aiuta anche a trasformare e fornire conoscenze scientifiche complesse in modo che siano comprese, accessibili e fidate dalle popolazioni e dalle comunità.

Sistema di ascolto, informazione e comunicazione

Stabilire un sistema per ascoltare le percezioni pubbliche e per scoprire voci e disinformazione, ad esempio, monitorando i media e i social media e raccogliendo feedback dagli operatori sanitari e dai sistemi di contatto con il pubblico; se necessario, stabilire sistemi per rispondere a voci, disinformazione e domande frequenti

- comunicare ciò che è noto e ciò che non è noto: spiegare il grado in cui esiste l'incertezza.
- stabilire sempre il dialogo in qualsiasi attività per raccogliere e fornire sistematicamente risposte a tutte le domande provenienti dal pubblico
- stabilire, costruire e mantenere la fiducia con la popolazione attraverso la comunicazione bidirezionale affrontando regolarmente incomprensioni, disinformazione, voci e domande frequenti.

IL CONTESTO (DOVE)

- Qual è l'ambito territoriale nel quale il progetto dovrà comunicare le proprie attività?
 - Indicazione dei comuni interessati
 - Popolazione dei comuni totale e per fasce di età
- Quali sono le caratteristiche del territorio in cui il progetto interviene?
 - La dimensione dell'equità come è considerata e affrontata?
 - Quali sono le azioni attive di miglioramento?

CHIARIRE **COSA** COMUNICARE

- Quali sono gli obiettivi del progetto?
 - Quali sono gli obiettivi di comunicazione del rischio del progetto?

Identificare il pubblico (CHI)

- Qual'è il pubblico di destinazione?
 - Raccogliere informazioni sulle loro conoscenze e comportamenti (ad esempio, di chi si fidano, come è probabile che ricevano informazioni, le loro abitudini quotidiane, le loro preoccupazioni)
 - Valutare la percezione iniziale del rischio tra le popolazioni colpite e a rischio
- Chi sono i soggetti promotori del progetto?
- Chi sono i "destinatari" del progetto?
 - Chi viene selezionato come volontario per il BMU che ruolo ha, e quindi come viene informato?
 - come possono essere raggiunti
 - quali conoscenze / esperienze hanno sui temi di cui si occupa il progetto
 - quale atteggiamento potenziale possono avere nei confronti del progetto

Gli stakeholder

- Quali sono le autorità amministrative coinvolte?
- Quali sono le altre realtà istituzionali che operano nel territorio
- Altri Enti / soggetti presenti (ARPA, ASL, realtà associative, sindacali, economiche e politiche che operano nel territorio

Chi sono i soggetti che si ritiene utile coinvolgere come partner
"associati" del progetto?

Chi sono i soggetti che possono interagire in modo "divergente" con il
progetto?

Identificare i media

- Identificare i media e gli altri canali di comunicazione e valutare il loro potenziale per raggiungere il pubblico di destinazione
 - Quali sono i media (Carta stampata / Radio / TV, Web, Social media) presenti sul territorio?
- Identificare le persone influenti (influencer) della comunità (ad esempio leader della comunità, leader religiosi, operatori sanitari...) e reti (ad esempio gruppi di donne, volontari per la salute della comunità, associazioni giovanili, gruppi religiosi, sindacati ...che possono aiutare con l'impegno nella comunità
 - Quali sono i soggetti che in qualche modo sono presenti sul territorio o che con esso interagiscono che sono "riconosciuti" come credibili / affidabili e /o hanno una capacità di influenzare la comunità / opinione pubblica del territorio interessato dal progetto?