

Network per la comunicazione efficace con la popolazione per emergenze di Protezione Civile

Azione 1: Network per la comunicazione/informazione

Codice IReR: 2009B057 e 2010B008

Project leader: Elvina Degiarde

RAPPORTO FINALE

Milano, giugno 2011

La ricerca è stata affidata ad IReR dalla Direzione Generale Protezione Civile, Polizia Locale e Sicurezza, Regione Lombardia

Responsabile di progetto: Elvina Degiarde, Éupolis Lombardia - Istituto Superiore per la ricerca, la statistica e la formazione

Gruppo di lavoro tecnico: Alberto Biancardi, Luca Vaghi, responsabili regionali di ricerca, D.G. Protezione Civile - Regione Lombardia; Antonella Belloni, Promozione della cultura di Protezione Civile D.G. Protezione Civile; Domenico De Vita, coordinatore di emergenza e della sala operativa, D.G. Protezione Civile; Paolo Fassi; Chiara Ghidorsi, Francesco Vullo Claudia Zuliani; D.G. Protezione Civile

Gruppo di ricerca: Agenzia Radio Traffic: Stefano D'Onofrio, Francesca Novo, Francesca Palombi

La l.r. 16/2004 art 1 prevede che la Regione Lombardia concorra alla protezione delle popolazioni e dei territori dagli effetti di pubbliche calamità.

La Direzione Generale Protezione Civile è il centro di competenza regionale che nelle fasi di prevenzione e di emergenza deve garantire un servizio di informazioni per la popolazione.

Nel corso di due anni 2009-2010 è stata svolta un'attività di ricerca per definire soluzioni utili per divulgare attraverso vari canali messaggi diretti alla popolazione, nonché definire le modalità tecnologiche utili al servizio.

La ricerca è stata articolata in tre differenti azioni, ciascuna con una metodologia specifica e cioè:

Azione 1) Network per la comunicazione/informazione: definizione delle procedure per la comunicazione, l'individuazione dei canali più idonei in funzione delle diverse tipologie di media e lo studio dei relativi linguaggi comunicativi per le diverse categorie di utenza, relativamente alla popolazione presente sul territorio lombardo.

Azione 2) Studio di fattibilità per la realizzazione di un sistema di alerting basato sulla tecnologia cell broadcasting: individuare le potenzialità di un sistema di alerting della popolazione mediante telefonia mobile, analizzando in dettaglio la possibilità di impiego della tecnologia Cell Broadcasting (sistemi di telecomunicazione di seconda e terza generazione), confrontando casi di successo a livello internazionale, per inquadrare nel modo migliore il contesto tecnologico e applicativo.

Azione 3) Studio ed analisi della normativa vigente in tema di privacy: valutazione delle possibilità di utilizzo di strumenti di comunicazione diretti alla popolazione presente sul territorio regionale tenendo conto delle norme vigenti in materia di privacy.

In queste pagine si presentano i risultati della prima Azione della ricerca.

Indice

<i>Parte prima</i>	7
<i>Introduzione</i>	9
Che cos'è la Protezione Civile in Lombardia	11
Capitolo 1	
<i>Struttura della Protezione Civile</i>	13
1.1. La Protezione Civile in Italia	13
1.2. La Protezione Civile in Lombardia	14
1.3. La Sala Operativa della Protezione Civile Lombardia	15
1.4. Tipologie di intervento della Protezione Civile in Lombardia	16
Capitolo 2	
<i>La comunicazione in Protezione Civile</i>	19
2.1. Analisi della comunicazione di alcuni eventi-tipo da parte della Sala Operativa	19
2.1.1. Individuazione del campione	20
2.1.2. Individuazione dei sottoeventi	21
2.1.3. Flussi comunicativi della Sala Operativa	22
2.1.4. Le fonti della Sala Operativa	24
2.1.5. La comunicazione della Sala Operativa verso l'esterno	26
2.2. La comunicazione al cittadino di eventi di Protezione Civile in Lombardia	32
2.2.1. Sale Operative provinciali e comunali	32
2.2.2. Strutture operative	33
2.2.3. Lombardia Notizie	36
2.2.4. Conclusioni	37
2.3. Altri esempi di comunicazione in Italia	37
2.3.1. Protezione Civile a Venezia	38
2.3.2. Tg DRPC Sicilia	38
2.3.3. Codice Uno: Regione Piemonte	39
Informare in situazioni di emergenza in Lombardia	41
Capitolo 3	
<i>Media e informazione</i>	43
3.1. Media nazionali	43
3.2. I media locali in Lombardia	44
3.2.1. Televisione	44
3.2.2. Radio	52

3.2.3. Stampa	68
3.2.4. Agenzie di stampa	71
3.2.5. Siti di informazione locale	71
3.3. I nuovi media	74
3.3.1. L'utilizzo attuale per la comunicazione di eventi di Protezione Civile	74
3.3.2. Internet: siti, social network, feed RSS	75
3.3.3. Telefonia: smartphone e applicativi	76
3.3.4. Conclusioni	77
3.4. Idoneità dei canali di comunicazione	77
 Capitolo 4	
<i>Linguaggi comunicativi</i>	79
4.1. I linguaggi più idonei per la comunicazione di emergenza	79
4.2. Soggetti e ruoli nella comunicazione della Protezione Civile	85
4.3. Le regole dell'informazione di Protezione Civile	87
<i>Conclusioni</i>	91
 <i>Parte seconda</i>	93
 Capitolo 5	
<i>Comunicazione efficace</i>	95
5.1. Maggior numero possibile di cittadini	96
5.2. Rapidità di trasmissione e fruizione	98
5.3. Comprensione immediata e completa	99
5.4. Le fasi della comunicazione: emergenza, evoluzione, scioglimento	102
5.5. Scenari fuori dalla Lombardia	103
5.5.1. Scenari oltre i confini regionali	104
5.5.2. Scenari oltre i confini nazionali	109
5.6. Comunicare in fase di prevenzione	112
 Capitolo 6	
<i>Canali</i>	115
6.1. Caratteristiche generali: punti di forza e debolezza	116
6.2. Tipologie di canali	119
6.2.1. Carta Stampata	119
6.2.2. Radio	123
6.2.3. Televisione	124
6.2.4. Media on-line	130
6.2.5. Telefonia mobile	138
6.2.6. Formati a bassa tecnologia	142
6.2.7. Altri formati	146

6.3. Linguaggi	152
Capitolo 7	
<i>Strumenti</i>	159
7.1. Gli strumenti in Sala Operativa	160
7.2. Piattaforme di gestione del dato	162
7.3. Fuori dalla Sala Operativa	164
7.4. Requisiti e competenze per la gestione e per la diffusione	165
Capitolo 8	
<i>Procedure</i>	167
8.1. Scenari	169
8.2. Ruoli e competenze	171
8.3. Definizione delle attività	173
<i>Conclusioni</i>	177
<i>Bibliografia</i>	179
<i>Sitografia</i>	181

Parte prima

Introduzione

L'importanza della comunicazione in fase di emergenza è tale da meritare la creazione di specifiche “funzioni di supporto” ad essa dedicate all'interno delle pianificazioni di emergenza per regioni e province; l'informazione alla popolazione viene descritta come “fondamentale” nei lineamenti per una corretta pianificazione all'interno del Metodo Augustus e per questo motivo si procede, fin dalla preparazione di questi piani, alla definizione di alcuni punti nodali dedicati ai mass-media e alla comunicazione con i giornalisti e, da questi, al cittadino. È quindi evidente quanto la comunicazione tra le parti e l'informazione alla popolazione siano elementi base per il successo di un'operazione di Protezione Civile.

Una ricerca per verificare le condizioni e la strumentazione migliore per una corretta ed efficace comunicazione con la popolazione sul territorio va quindi incontro a una necessità impellente anche sotto il profilo teorico ed è il proseguimento pratico dell'attività di integrazione e sviluppo in ambito comunicativo messa in atto dalla Protezione Civile regionale.

La ricerca si è sviluppata a partire da una comprensione approfondita del “sistema” Protezione Civile in Lombardia, cominciando con la conoscenza della legislazione in materia a partire dalla legge 996/1970 fino alle ultime disposizioni che regolano i ruoli degli enti locali e della Regione in particolare (legge 16/2004). Sulla base di tale scorta teorica, si è passati a una disamina dei meccanismi che regolano il lavoro della Protezione Civile in Lombardia, focalizzandosi sulle azioni di comunicazione e sui flussi informativi passanti, in ingresso e in uscita, dalla Sala Operativa regionale.

Tale studio ha permesso di capire le tipologie di fenomeni di cui la Protezione Civile si occupa in Lombardia e ha mostrato le fasi del “processo” messo in atto nel momento in cui tali situazioni si verificano, rilevando l'importante ruolo catalizzatore rivestito dalla Sala Operativa regionale.

I passi sin qui seguiti, cui fanno riscontro le suddivisioni di questa ricerca, sono quindi i seguenti:

- Analisi della struttura della Protezione Civile
- Individuazione delle tipologie di intervento della Protezione Civile in Lombardia
- Scelta di eventi-tipo e analisi approfondita delle azioni di comunicazione

svolte della Sala Operativa regionale

- Comprensione delle attività di comunicazione svolte dagli altri enti di Protezione Civile in Lombardia
- Analisi delle attività di comunicazione al di fuori della Regione Lombardia
- Studio dei media esistenti e analisi dei canali più idonei per la comunicazione al cittadino
- Analisi dei linguaggi comunicativi più idonei alla comunicazione d'emergenza.

L'obiettivo di questa ricerca è quindi studiare le condizioni preliminari per la realizzazione di un network per la comunicazione efficace alla popolazione in situazioni di emergenza all'interno del territorio lombardo. L'ipotesi di costruzione di questo network è demandata alla successiva e necessaria fase di questa ricerca.

Che cos'è la Protezione Civile in Lombardia

Capitolo 1

Struttura della Protezione Civile

1.1. La Protezione Civile in Italia

La Protezione Civile svolge un'attività di coordinamento di forze diverse necessarie in caso di emergenza. Fin dai primi documenti definenti ruolo e funzioni della Protezione Civile¹, si insiste sull'importanza dell'azione di coordinamento e direzione delle attività di soccorso in caso di calamità naturale o catastrofe ma è già importante il riferimento al cosiddetto “tempo di normalità” dove deve essere svolta una “attività volta alla predisposizione concertata [...] dei servizi di emergenza, di soccorso e di assistenza”².

Le attività di Protezione Civile, dapprima soprattutto rivolte all'organizzazione e al coordinamento del volontariato, assumono un carattere più preciso con l'istituzione del “Servizio Nazionale della Protezione Civile” nel 1992³. In tale occasione vengono definite le competenze determinate dalla classificazione degli eventi calamitosi, individuando in comuni, province, regioni e Stato le autorità competenti a seconda del tipo di eventi. Nella stessa legge vengono anche ideati i “programmi di previsione e prevenzione”, declinati per i differenti enti locali: tali piani, oltre alla ricezione delle condizioni di rischio, degli scenari e delle risorse, prevedono la realizzazione di strutture operative per la direzione unitaria dei servizi e la definizione di fondamentali “funzioni di supporto”, ossia le risposte operative necessarie in qualsiasi tipo di emergenza. Tra queste funzioni operative, la terza è definita “Mass-media ed informazione”.

Con il termine Protezione Civile si indicano sia le attività che le strutture predisposte dallo Stato per la tutela di beni e persone dai danni o dal pericolo di danni derivanti da calamità naturali o catastrofi; tali strutture sono il Corpo dei Vigili del Fuoco, le forze armate e le forze di polizia, il Corpo Forestale dello Stato, i Servizi Tecnici Nazionali, gli Istituti Nazionali di Ricerca, la Croce Rossa Italiana e le strutture del Servizio Sanitario Nazionale, il Corpo Nazionale Soccorso Alpino, gli enti locali e le organizzazioni di volontariato.

¹ Legge 8/12/1970 n° 996 “Norme sul soccorso e l'assistenza alle popolazioni colpite da calamità – Protezione Civile”.

² Ibidem

³ Legge 24/02/1992 n° 225 “Istituzione del Servizio Nazionale della Protezione Civile”

La Protezione Civile in Italia è organizzata come Servizio Nazionale coordinato dal Dipartimento della Protezione Civile, che fa parte della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Tale organizzazione garantisce la collaborazione ottimale di ognuna delle strutture summenzionate, ciascuna delle quali afferisce ad autorità differenti. Le autorità locali, che coordinano le attività di Protezione Civile in caso di eventi calamitosi di tipo A e B, sono il sindaco e il prefetto mentre per le emergenze di tipo C l'autorità, soprattutto per la gestione dei fondi per le emergenze, è in mano al Commissario Straordinario della Protezione Civile. Con il completamento della modifica del titolo V della Costituzione⁴, la Protezione Civile è divenuta materia di legislazione concorrente stato-regioni ed è quindi compito delle singole regioni l'elaborazione di piani regionali, la direzione e il coordinamento della pianificazione comunale e provinciale, la costituzione di nuclei di pronto intervento, la competenza per la richiesta di stati di emergenza oltre a numerose altre funzioni di coordinamento in materia di prevenzione, previsione e soccorso.

1.2 La Protezione Civile in Lombardia

Il ruolo delle regioni nell'ambito della Protezione Civile, come detto, si è notevolmente ampliato in seguito al passaggio di numerose competenze dallo Stato alle regioni con la Legge costituzionale 3 del 2001. In precedenza il compito dell'ente regionale era, molto genericamente, quello di diffondere la cultura della Protezione Civile e di redigere il Programma di Previsione e Prevenzione. Con il passaggio di competenze il lavoro principale delle regioni, almeno in teoria, è rivolto verso la fase di previsione e prevenzione, mentre in pratica molto spesso le regioni sono chiamate a gestire soprattutto la fase di post-emergenza e in particolare la gestione delle richieste di risarcimento dei danni provocati dagli eventi emergenziali.

Nel 2004 la Regione Lombardia si è dotata di un "Testo unico" in materia di Protezione Civile⁵, nel quale la funzione dell'ente regione è stata definita principalmente tra gli ambiti di monitoraggio, previsione e prevenzione dei rischi, coordinando i soggetti pubblici e privati che devono rispondere efficacemente alle emergenze, mentre la partecipazione attiva è limitata agli eventi urgenti che comportino necessariamente l'attività di più enti tra loro coordinati⁶.

In dettaglio e in sintesi il ruolo e la funzione della Regione Lombardia sono i seguenti:

- Attiva il proprio servizio di Protezione Civile come supporto per la fornitura di risorse umane e strumentali.

⁴ Legge costituzionale 18/12/2001 n° 3

⁵ Legge regionale 22/05/2004 n° 16: "Testo unico delle disposizioni regionali in materia di protezione civile".

⁶ Legge regionale 22/05/2004 n° 16: "Testo unico delle disposizioni regionali in materia di protezione civile" Art. 4, comma 1 lettera b.

- Attiva, se necessario, l'Unità di Crisi Regionale per il coordinamento di tutte le strutture regionali, nell'ambito della Sala Operativa Regionale di Protezione Civile.
- Fornisce supporto alle strutture che intervengono nell'emergenza, anche con l'attivazione della Colonna Mobile della Regione Lombardia.
- Mantiene rapporti funzionali con le Sedi Territoriali della Regione Lombardia.
- Mantiene rapporti funzionali con l'A.S.L., il S.S.U.Em.-118 e le strutture ospedaliere interessate.
- Mantiene rapporti costanti con Prefetture, Province, Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento della Protezione civile.
- Invia un proprio rappresentante presso il Centro Operativo Misto e/o il Centro Coordinamento Soccorsi .
- attiva e coordina le forze di volontariato di protezione civile
- Se il caso lo richiede predispone gli atti per la richiesta di stato di emergenza alla Presidenza del Consiglio dei Ministri.⁷

Come è facile evincere, il ruolo della regione è essenzialmente di supporto e di coordinamento tra le parti, sebbene sia presente una parte operativa, demandata alla Colonna Mobile, che interviene per supportare le strutture di intervento. La funzione di coordinamento, però, diventa estremamente importante nel momento in cui interviene la necessità di comunicare informazioni, sia tra le varie parti sia verso l'esterno.

In tale evenienza, infatti, la possibilità di reperire e ricevere tutte le informazioni dalle varie strutture impegnate in un'azione di emergenza è quanto di più importante ci sia per una comunicazione efficace e completa.

1.3 La Sala Operativa della Protezione Civile Lombardia

Nel secondo punto dell'elenco sintetico riportato emerge la presenza della Sala Operativa Regionale di Protezione Civile, nel cui ambito viene attivata l'Unità di Crisi Regionale per il coordinamento delle strutture regionali. Tale Sala Operativa viene definita come il luogo principale di assistenza ai comuni e alle province nelle situazioni di emergenza ed esercita il ruolo di interazione tra il livello locale e quello nazionale. La Sala è in collegamento diretto con la rete nazionale dei Centri Funzionali per il monitoraggio dei rischi e con il Servizio Meteorologico Regionale di Arpa Lombardia. All'interno della Sala Operativa sono presenti specifiche postazioni per la connessione immediata con le sale operative degli enti locali e delle altre forze operative.

La descrizione delle funzioni della Sala Operativa Regionale mostra, quindi, un

⁷ Estratto dal Rapporto Intermedio della ricerca "Sistema Integrato di comunicazione per la Protezione Civile". Cod. IReR: 2008B020

luogo fisico di passaggio di flussi informativi in ingresso e in uscita, aperta e collegata con tutti i canali e con tutti gli enti, risultando elemento centrale e fondamentale del “sistema” di Protezione Civile della Lombardia. In qualità di “riferimento” per gli enti locali e le forze di soccorso, risulta un fondamentale approdo di tutte le informazioni e, di conseguenza, il fulcro della sua attività risiede nella gestione di un registro degli eventi monitorati e delle attività della sala.

Il passaggio, avvenuto nel 2008, ad un registro di sala elettronico ha permesso a questa ricerca di avere a disposizione un’elencazione precisa e dettagliata di ogni attività, grazie alla quale è stato relativamente semplice determinare numero e natura degli eventi di Protezione Civile in Lombardia e ragionare sulle possibilità, sulle opportunità e sulle difficoltà riguardanti la comunicazione con il cittadino in situazioni di crisi e di emergenza.

1.4. Tipologie di intervento di Protezione Civile in Lombardia

Analizzando il registro di sala elettronico, è stato possibile elencare l’insieme degli eventi monitorati dalla Sala Operativa Regionale. Questo studio è stato anche fonte di un’interessante analisi delle modalità con cui la stessa Sala suddivide gli eventi, rimarcando una certa differenza con le categorizzazioni definite dalla stessa Protezione Civile Lombardia nel PRIM⁸.

I motivi di tale differenza vanno ricercati nella diversa prospettiva di partenza: la Sala Operativa Regionale si interessa degli eventi in atto mentre il PRIM cerca di definire i presumibili rischi che possano interessare il territorio regionale, operando quindi una classificazione a maglie più larghe e nello stesso tempo più flessibile.

Scendendo nel particolare, in Sala Operativa si opera una prima divisione tra eventi “naturali” ed eventi “antropici”, a loro volta suddivisi in 12 differenti categorie (eventi naturali: frane, allagamenti/esondazioni, valanghe, terremoti, nevicate. Eventi antropici: incidenti viabilistici, incidenti antropici, incidenti industriali, eventi con persone disperse, eventi fieristici e varie). Nel PRIM 2007-2010 si profilano invece 8 differenti tipi di rischio: idrogeologico, sismico, industriale, meteorologico, incendi boschivi, insicurezza e incidentalità stradale, incidentalità sul lavoro, in/sicurezza urbana.

Dal gennaio 2008 fino ad agosto 2009, gli eventi “passati” dalla Sala Operativa Regionale sono stati 415, suddivisi in modo piuttosto omogeneo durante l’intero arco dell’anno, pur con inevitabili squilibri determinati dall’accumularsi di eventi legati alle precipitazioni atmosferiche (in particolare di carattere nevoso) nei mesi invernali.

Tra gli eventi “naturali”, risultano particolarmente numerose le frane (84), che

⁸ PRIM 2007-2010 Programma Regionale Integrato di Mitigazione dei Rischi, Regione Lombardia, Direzione Generale Protezione Civile, Prevenzione e Polizia Locale, febbraio 2008.

rappresentano circa 1/5 degli eventi monitorati dalla Sala Operativa e che sono avvenute, nell'arco di tempo considerato, pressoché in tutti i mesi dell'anno.

Gli allagamenti e le esondazioni, ivi compresi gli eventi "aperti" dalla Sala Operativa che hanno riguardato segnalazioni di danni da essi causati, sono state 37 (9%), concentrate nei mesi estivi e primaverili.

Molto simile il numero di valanghe, 36, pari al 9% circa, concentrate, però, esclusivamente nei mesi invernali e decisamente più numerose nel periodo gennaio-marzo 2009 rispetto all'intero anno 2008 (28 su 36).

7, pari all'1,6% del totale degli eventi, i terremoti monitorati dalla Sala Operativa così come 7 sono state le nevicate che hanno provocato segnalazioni giunte alla Sala nel periodo di tempo analizzato.

Tra gli eventi antropici sono gli incidenti automobilistici ad aver dato maggiore lavoro alla Sala Operativa: 89 le segnalazioni, pari al 21% del totale. Numerosi anche gli incidenti antropici (ossia incidenti che hanno visto coinvolti esseri umani senza che vi fosse un annesso rischio industriale), ben 73, pari al 17,5% mentre sono stati 33 gli incidenti industriali (8% del totale delle segnalazioni).

Queste tre categorie di eventi antropici hanno interessato la sala durante tutto il periodo dell'anno, con alcuni picchi nei periodi immediatamente precedenti e seguenti la stagione invernale.

Tra gli altri eventi antropici si devono segnalare 15 eventi classificati come "varie" (comprendenti scioperi, manifestazioni sportive o di piazza, interventi di elicotteri), 13 esercitazioni e 8 eventi fieristici. Tali situazioni, incidenti per circa l'8% sul totale del lavoro della Sala, non possono certamente essere presenti nelle classificazioni dei rischi e rappresentano una delle spiegazioni per la differente categorizzazione realizzata dalla Sala Operativa e dal PRIM.

Completano il quadro 13 eventi che hanno coinvolto persone disperse, molto spesso legati ad altri eventi naturali ma che sono stati da essi distinti. Tali eventi sono distribuiti in primavera, estate e autunno.

Questo rapido elenco testimonia la varietà di situazioni affrontate dalla Sala Operativa Regionale della Protezione Civile Lombardia ma non mette necessariamente in luce l'intera gamma degli eventi verificatisi sul territorio regionale nel periodo interessato, poiché, stando a quanto espresso dagli stessi operatori della Sala e dai loro coordinatori, non tutte le situazioni emergenziali vengono comunicate alla Sala da coloro che effettuano materialmente l'intervento o dalle autorità preposte alla sua gestione.

Capitolo 2

La comunicazione in Protezione Civile

2.1. Analisi della comunicazione di alcuni eventi-tipo da parte della Sala Operativa

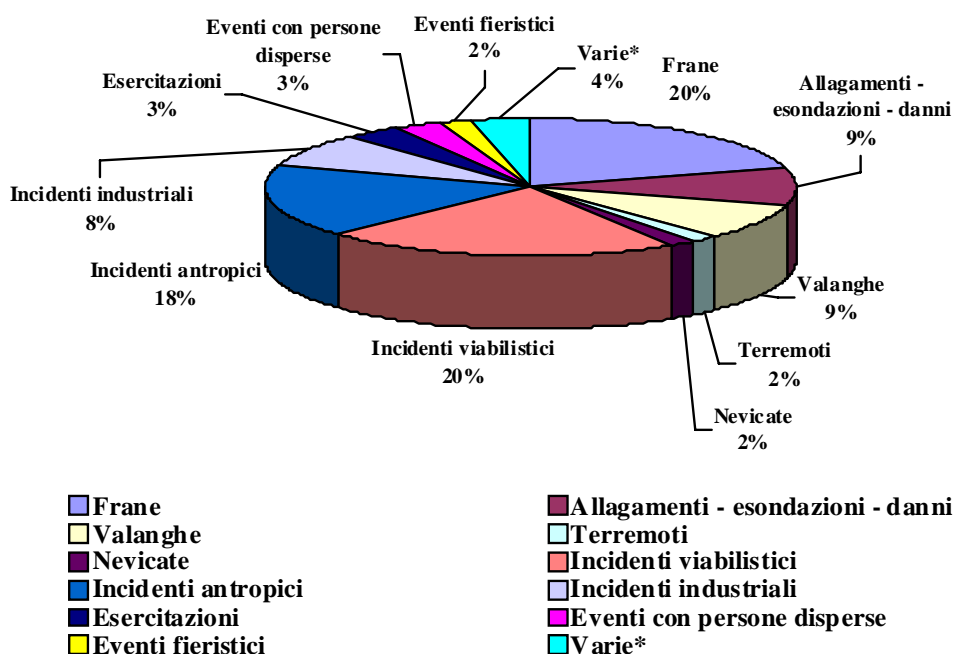
Nei primi mesi della ricerca, come da accordi presi sulla base del Progetto Esecutivo, abbiamo concentrato la nostra attenzione sulla comprensione della struttura e delle attività della Protezione Civile, sul ruolo della Sala Operativa regionale e in particolare sui flussi comunicativi che interessano quest'ultima. Ciò si è concretizzato in una serie di incontri in Sala Operativa in particolare con il coordinatore della Sala, ing. Domenico De Vita, il coordinatore del servizio tecnico della Sala Operativa regionale, Paolo Fassi e il collaboratore, Francesco Vullo. Le delucidazioni ricevute da queste tre figure e la presenza in prima persona nella Sala ci hanno permesso di capire i meccanismi e l'organizzazione di quest'ultima che, a nostro avviso, può essere definita come una sorta di grande redazione attiva 24 ore su 24 che ha come scopo principale il monitoraggio degli eventi che avvengono sull'intero territorio lombardo. Ci è apparsa quindi fondamentale la comprensione di dinamiche, modalità e percorsi delle notizie che viaggiano dall'esterno all'interno della Sala Operativa regionale e in direzione opposta, e del sistema di ricerca e verifica delle informazioni messo in atto dagli operatori della Sala.

Per fare questo sono stati identificati alcuni eventi campione, sulla base di una selezione effettuata insieme con gli operatori della Sala. La scelta andava fatta su un totale di 415 emergenze verificatesi nel territorio regionale dal 2008 all'agosto 2009⁹.

⁹ Cfr. cap. 1.4

2.1.1. Individuazione del campione

Figura 2.1 - Eventi monitorati in Lombardia dalla Sala Operativa della Protezione Civile dal 2008 ad agosto 2009



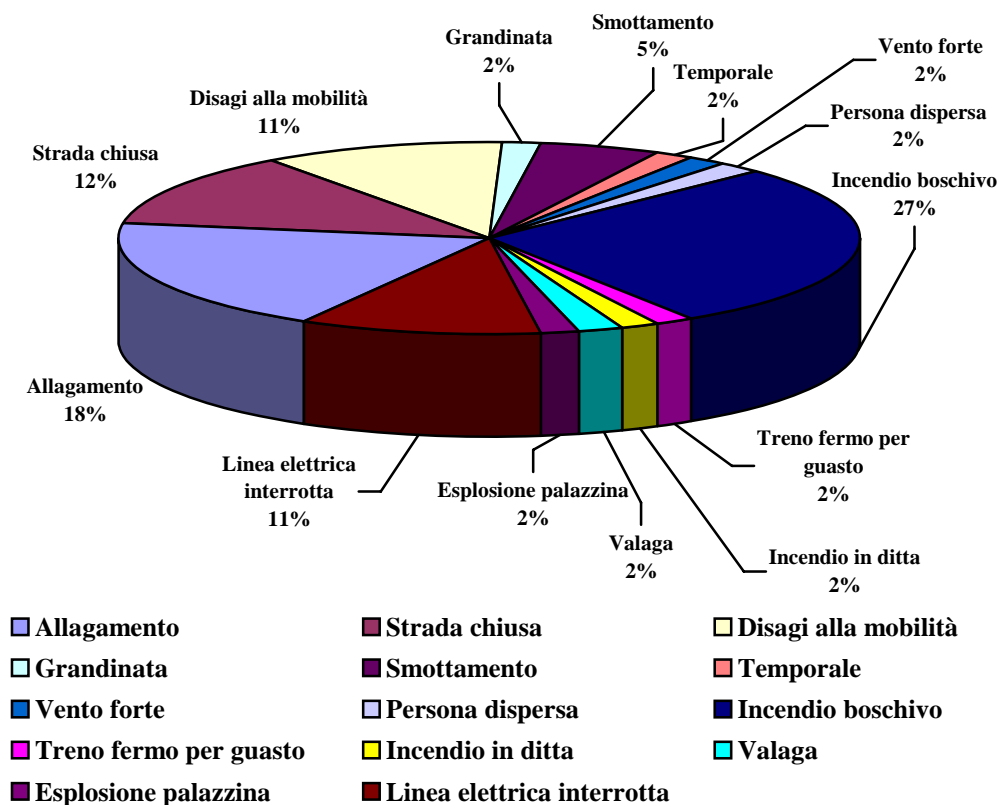
N.B. Della voce “varie” fanno parte scioperi, interventi in elicottero, manifestazioni studentesche e sportive.

I criteri sulla base dei quali è stata effettuata la selezione sono stati: vicinanza nel tempo, disponibilità di materiale, portata dell'emergenza, tipologia dell'evento. Si è ritenuto che gli eventi scelti non dovessero necessariamente soddisfare tutti i criteri, altrimenti il campione sarebbe stato eccessivamente ristretto e insufficiente all'analisi. La tendenza è stata quella di estrapolare esempi significativi di eventi tipo (valanga, nevicata, incendio boschivo, incendio di aziende a rischio industriale rilevante, ecc.). La scelta è stata effettuata in collaborazione con la Sala Operativa che ci ha permesso la lettura dei registri, dirottandoci sugli eventi più significativi e provvedendo a illustrare i dati contenuti nel registro per ogni singolo evento scelto. L'unico evento lontano a livello temporale, che non rientra nel biennio 2008/2009, è l'esplosione della palazzina in via Lomellina avvenuta nel 2006, evento che è stato scelto perché particolarmente significativo e unico nel suo genere per impatto sulla popolazione e conseguenze.

Attraverso l'elaborazione in redazione di alcune tabelle abbiamo quindi analizzato un totale di 9 macroeventi di diverse tipologie, alcuni dei quali contenevano al loro interno specifici sottoeventi. In questi casi abbiamo prima scomposto i dati relativi all'emergenza, individuando i sottoeventi, e poi abbiamo ricomposto questi ultimi, ordinandoli in base alle località interessate e alla successione cronologica delle comunicazioni arrivate o partite dalla sala operativa.

2.1.2. Individuazione dei sottoeventi

Figura 2.2 - Totale sottoeventi individuati nella ricerca



In alcune situazioni – come i temporali che hanno interessato la Lombardia il 15 luglio 2009 – l’individuazione dei sottoeventi e la conseguente riorganizzazione del materiale in base alla località e all’ordine cronologico non è stata agevole, poiché l’emergenza ha interessato paesi vicini tra loro e le informazioni riportate sul registro di sala non hanno permesso un’attribuzione territoriale dettagliata e puntuale dei dati. La tabella che segue mostra per ogni evento la data, il territorio coinvolto dall’emergenza e la quantità di sottoeventi contenuti al suo interno.

Tabella 2.1 - Campione analizzato

Evento	Data	Territorio	Numero sottoeventi
Esplosione palazzina	18/09/06	Via Lomellina, Milano	1
Incendio ditta Promox	18/07/08	Leggiuno (Va)	1
Forti nevicate	1/12/08	Lombardia (prov. Bg, Bs, Lc)	7
Treno fermo per guasto	10/12/08	Legnano	1
Valanga	7/02/09	Frazione Fiumenero, Valbondione (Bg)	1
Incendi boschivi	marzo '09	Lombardia (prov. Bg, Bs, Lc, Co, So, Va)	16
SS38 interrotta	13/07/08	Berbenno (So)	5
Temporal forti	15/07/09	Provincia di Varese	Circa 6
Temporal forti	17/07/09	Lombardia (Va, Co, So e Lc)	14

Una volta selezionato il campione, abbiamo utilizzato le informazioni presenti sul registro di sala individuando:

- la tipologia dell'evento;
- il territorio/popolazione coinvolti;
- la fonte dalla quale è arrivata la notizia;
- il canale utilizzato per trasmettere l'informazione;
- l'ora di arrivo dell'informazione ed eventualmente l'ora in cui l'evento si è verificato;
- il contenuto della comunicazione giunta in Sala Operativa;
- gli eventuali interventi messi in atto da quest'ultima;
- il contenuto, il canale e l'ora dell'eventuale comunicazione in uscita

2.1.3. Flussi comunicativi della Sala Operativa

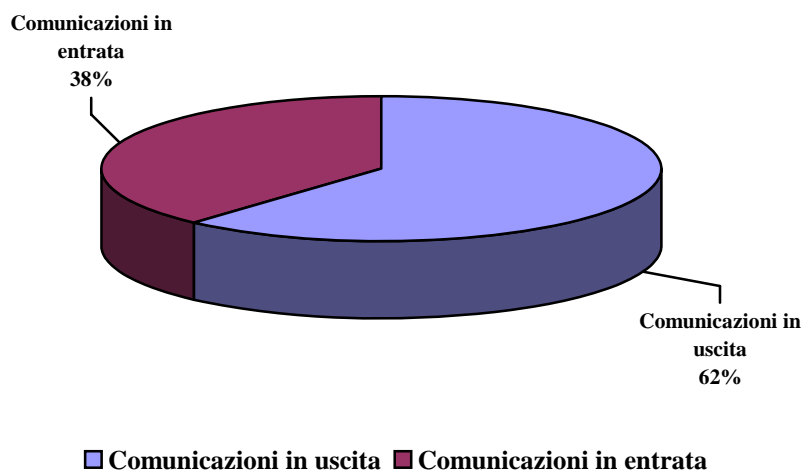
Lo scopo principale di questo lavoro è stato capire in che modo, con che incidenza e attraverso quali canali le informazioni sono arrivate in Sala Operativa; il tempo trascorso dall'origine dell'evento all'arrivo della comunicazione in Sala e in generale come agisce quest'ultima a livello comunicativo. Dall'analisi sono scaturite alcune considerazioni generali valide per tutti gli eventi che costituiscono il nostro campione, altre riflessioni sono invece relative a casi specifici.

Gli operatori della Sala, nel corso della ricerca, hanno lamentato una certa carenza

di informazioni in ingresso, di quella che potremmo definire “comunicazione *push*”, cioè “spinta” dall’esterno all’interno. Sulla base del campione analizzato – che naturalmente è costituito da emergenze conosciute dalla Sala – è risultato che i soggetti e le istituzioni di propria iniziativa hanno contattato la Sala Operativa per comunicare situazioni di emergenza nel 38% dei casi, quindi meno della metà. Nell’evento del 10 dicembre 2008, un treno fermo a causa di un guasto a un locomotore, in Sala Operativa non è giunta alcuna informazione; nel caso invece dell’incendio all’interno della ditta Promox del 18 luglio 2008 l’unica notizia giunta è stata quella di chiusura dell’evento. Una sola informazione *push* si conta anche in occasione della valanga che ha interessato la frazione Fiumenero il 7 febbraio 2009, in questo caso si tratta della prima segnalazione, quindi quella di apertura. Infine, solo in uno dei 9 macroeventi analizzati, le comunicazioni in entrata superano quelle in uscita: si tratta della nevicata che ha interessato la regione Lombardia l’1 dicembre 2008, che conta 20 comunicazioni in entrata e 16 in uscita, rispettivamente il 55,5% e il 44,5%.

Non è possibile però effettuare questa stima sul totale delle emergenze che si sono verificate in Lombardia negli ultimi anni, poiché è ragionevole pensare che non tutte le situazioni siano state notificate alla Sala. E probabilmente molti eventi restano sconosciuti alla Sala Operativa proprio perché le informazioni non vengono trasmesse dall’esterno.

Figura 2.3 - Comunicazioni in entrata e in uscita dalla Sala Operativa



La fetta più ampia della torta, il 62% sul totale, è invece composta da quelle che sui registri di sala sono identificate come “comunicazioni in uscita”: le notizie arrivate in Sala operativa su richiesta degli operatori. Nella maggior parte dei casi, quindi, sono stati questi ultimi che, proprio come accade in una redazione giornalistica, hanno preso l’iniziativa andando a cercare la notizia o a verificare altre informazioni già conosciute. In alcuni casi, per esempio i temporali forti del luglio 2009, il “suggerimento” iniziale è arrivato dall’osservazione dei bollettini di monitoraggio piogge: la Sala Operativa si aspettava criticità e quindi sin dal mattino si è attivata per cercare informazioni. Nel caso dell’incendio alla ditta

Promox la notizia è invece arrivata dal Dipartimento nazionale di protezione civile di Roma: l'istituzione centrale ha quindi avvertito quella locale di una criticità in atto sul suo territorio.

2.1.4. Le fonti della Sala Operativa

Oltre al Dipartimento nazionale, sono molteplici le fonti della Sala Operativa. Si passa da quelle istituzionali (per esempio Regione, Province, Comuni, Ster, Prefetture, Vigili del fuoco, 118, gli stessi dirigenti della Protezione Civile) a quelle non ufficiali (i volontari della Protezione civile o volontari di altre associazioni presenti sul posto, ad esempio i radioamatori).

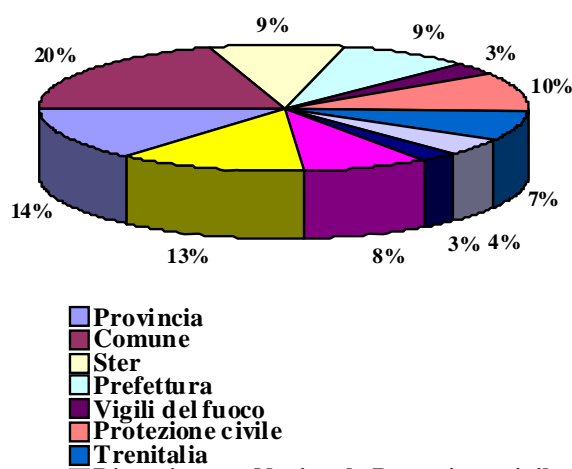
In alcuni casi è la presenza di un soggetto sul luogo dell'emergenza a farlo diventare una fonte oppure è la specifica natura dell'evento a innescare flussi comunicativi che coinvolgono soggetti particolari. È il caso di Trenitalia e delle Ferrovie Nord milanesi in caso di problemi alla mobilità ferroviaria, o dell'ordine degli psicologi, nel caso dell'esplosione della palazzina in via Lomellina.

La maggior parte delle informazioni è giunta in Sala Operativa dai sindaci o dai funzionari dei Comuni interessati dalle emergenze (59 in valore assoluto, 20% del totale), seguite da quelle giunte da funzionari o dirigenti delle Province (41 notizie, 14% del totale) e dai soggetti della Protezione Civile (29, per una percentuale del 10%).

Un discorso a parte meritano invece i casi in cui la fonte della notizia giunta in Sala Operativa risulta sconosciuta. Ciò è avvenuto in occasione dei numerosi incendi boschivi verificatisi nel marzo 2009: per 37 informazioni, il 13% sul totale, non è stato infatti possibile risalire alla fonte in quanto questa informazione non era presente sul registro di sala. Questo rappresenta comunque l'unico evento del campione analizzato per il quale è stata riscontrata tale "mancanza": per tutte le altre informazioni - di tutti gli eventi che fanno parte del campione analizzato - è stato invece possibile individuare facilmente l'origine del flusso comunicativo.

Della voce "altre", nel grafico successivo, fanno parte quelle che potremmo definire "fonti occasionali", ovvero quei soggetti che vengono coinvolti nel processo comunicativo in occasione di un singolo evento. Questi soggetti sono stati riuniti in un'unica voce perché sono presenze che hanno un'incidenza relativamente bassa sulla gestione comunicativa dell'evento, e ancora meno rilevante sui dati totali.

Figura 2.4 - Informazioni giunte da fonti esterne in Sala Operativa



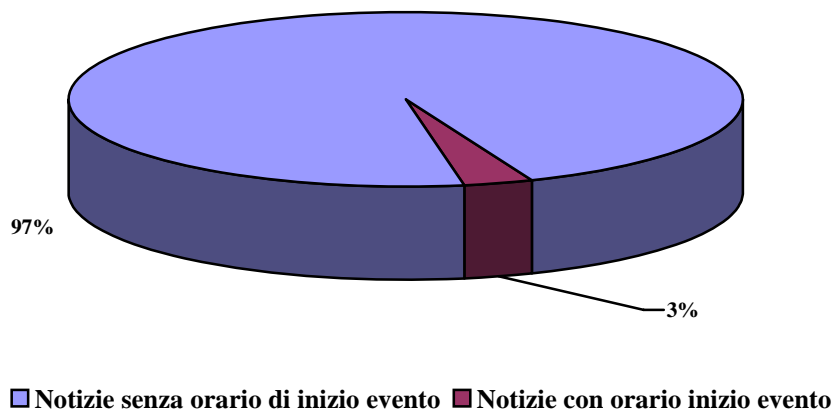
*Anpas, Agenzia radioamatori italiani, l'Enel, Associazione nazionale alpini, Ordine degli Psicologi, Centro operativo di Lugano, Centrale svizzera di allarme e intervento, Le Nord, centro informazioni di Bellano, agenzia di stampa Ansa, Agenzia Radio Traffic.

Dopo aver ricevuto l'input – attraverso un canale o un altro - la Sala Operativa ha dovuto impiegare risorse e tempo per cercare informazioni. Anche se il registro di sala in genere non specifica il mezzo ma solo la direzione della comunicazione (entrata/uscita), è stato verificato con i responsabili della Sala Operativa, che la stragrande maggioranza delle comunicazioni in uscita è stata effettuata via telefono. Nel momento in cui la Sala ha messo in atto comunicazioni verso l'esterno si è spesso scontrata con un "muro di gomma": in molti casi infatti si è riusciti a stabilire un contatto telefonico con le istituzioni solo dopo diversi tentativi.

La stessa "pigrizia" si nota negli aggiornamenti: in diversi casi i soggetti hanno assicurato di richiamare la Sala per aggiornarla sull'evoluzione della situazione, chiamata che, non arrivando, doveva essere sollecitata dagli operatori della Protezione Civile. Questi inconvenienti si sono tradotti concretamente in un ulteriore carico di lavoro questi ultimi.

In generale riteniamo sia difficile stabilire l'ora dell'inizio della criticità attraverso le informazioni presenti sul registro di sala. In effetti si tratta di un'informazione spesso sconosciuta alla stessa Sala Operativa e solo in rari casi (3%) fornita dalla fonte della notizia. Questo dato, anche se difficile da individuare, potrebbe risultare invece molto utile in sede di conferenza stampa o per la stesura di un comunicato.

Figura 2.5 – Percentuali orari riportati sul registro di sala



2.1.5. La comunicazione della Sala Operativa verso l'esterno

Gli interventi comunicativi messi in atto dalla Sala Operativa verso l'esterno sono sostanzialmente quattro:

1. invio degli sms al gruppo unico¹⁰;
2. verifica delle informazioni;
3. attività di aggiornamento diretto nei confronti del Dipartimento nazionale della Protezione civile;
4. emissione di report informativi.

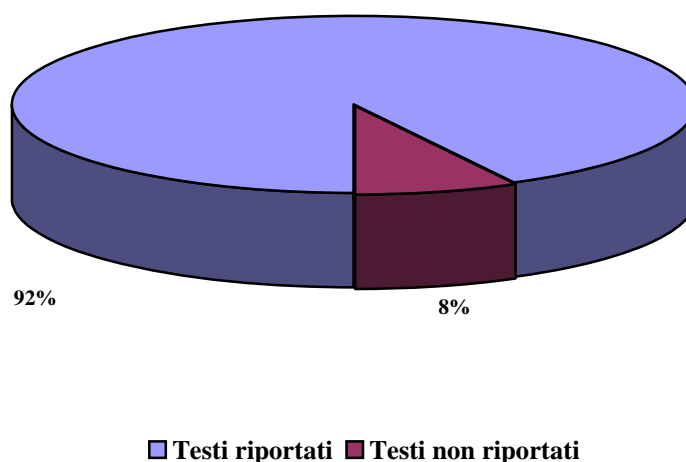
Gli elementi peculiari degli **sms** sono comuni a tutti gli eventi e ai messaggi inviati:

- il messaggio è breve, come richiesto dal canale stesso, visto che un sms contiene al massimo 160 caratteri;
- il linguaggio è scarno, semplice e diretto;
- il testo indica immediatamente la località interessata e la provincia.

La trascrizione degli sms è stata puntuale da parte di chi ha compilato il registro di sala: come si può notare dal grafico alla pagina successiva, la percentuale dei testi non riportati si attesta infatti intorno all'8% (6 su 78 in valore assoluto).

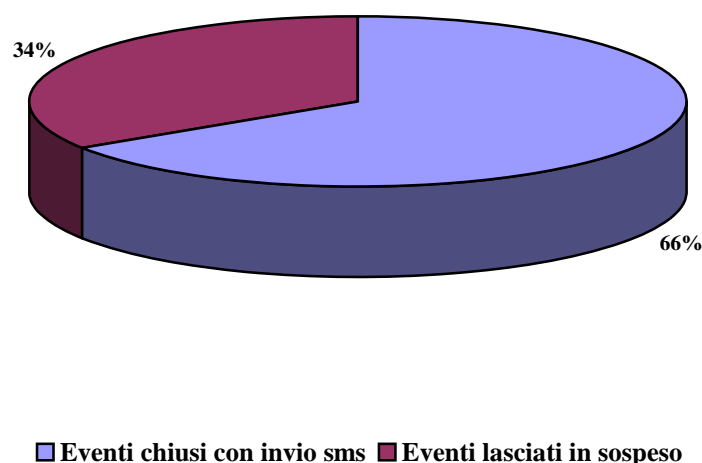
¹⁰ Di questo "gruppo unico" fanno parte gli operatori reperibili della Sala Operativa, i dirigenti della U.O. Protezione Civile e altri dirigenti di Regione Lombardia, i membri dell'Unità di Crisi e altri funzionari e dirigenti della Regione Lombardia. La composizione di questo gruppo è al momento in fase di vaglio e controllo da parte della Protezione Civile.

Figura 2.6 - Percentuali test di sms presenti o assenti nel registro di sala



Per 35 dei 41 sottoeventi analizzati in totale, la Sala Operativa ha scelto di utilizzare lo strumento dell'sms: in 23 casi su 35 è stato inviato un sms per informare della parziale o totale chiusura dell'evento (della cessata emergenza, del ripristino della situazione ordinaria o del bilancio complessivo dell'evento).

Figura 2.7 - Percentuali eventi chiusi con sms/rimasti aperti



La verifica delle notizie si concretizza nella ricerca di informazioni più approfondite sull'emergenza in atto, soprattutto attraverso il telefono. Gli operatori contattano – o provano a contattare – i soggetti istituzionali del territorio interessato dall'emergenza, per ottenere riscontri, smentite o rettifiche delle

notizie giunte in Sala Operativa. Come è stato precedentemente sottolineato, spesso la Sala ha però incontrato difficoltà nel reperire informazioni, difficoltà dovute a un basso livello di *feedback* con i soggetti istituzionali.

I contatti con il Dipartimento nazionale della Protezione Civile, nei casi analizzati, risultano sporadici, anche se a Roma vengono spediti tutti i *report* informativi. Come si può infatti notare dalla figura 2.8, sono infatti solo 2 i casi in cui la Sala Operativa ha comunicato direttamente e in via esclusiva con il Dipartimento; una comunicazione telefonica che va ad aggiungersi all'azione "ordinaria" di aggiornamento compiuta attraverso i *report*.

Le informazioni veicolate attraverso i *report* informativi sono le uniche che dalla Sala Operativa, seppur indirettamente, raggiungono la popolazione. Il ruolo di filtro è affidato all'agenzia di stampa regionale, Lombardia Notizie¹¹, che, una volta ricevuto il rapporto informativo sulla situazione, decide l'uso che verrà fatto delle notizie, normalmente inviate, dopo un intervento di tipo "giornalistico", alle redazioni di televisioni, radio, giornali e agenzie di stampa della Lombardia. Sulla base dei documenti in nostro possesso, non è stata riscontrata una scansione temporale definita per l'emissione del *report* informativo. Ci sono state emergenze comunicate con un solo rapporto, altre per le quali sono stati inviati più *report*, altre ancora per le quali non ne è stato inviato nessuno. Della *mailing list* fanno parte, oltre al Dipartimento nazionale della Protezione civile e l'agenzia di stampa regionale Lombardia Notizie, il Dirigente dell'Unità Operativa della Protezione civile, l'Assessore regionale di Protezione Civile, Prevenzione e Polizia Locale e quello di Infrastrutture e Mobilità, il Presidente della Regione, il Direttore Generale della D.G. Protezione Civile, Prevenzione e Polizia Locale e il Segretario Generale della Regione Lombardia.

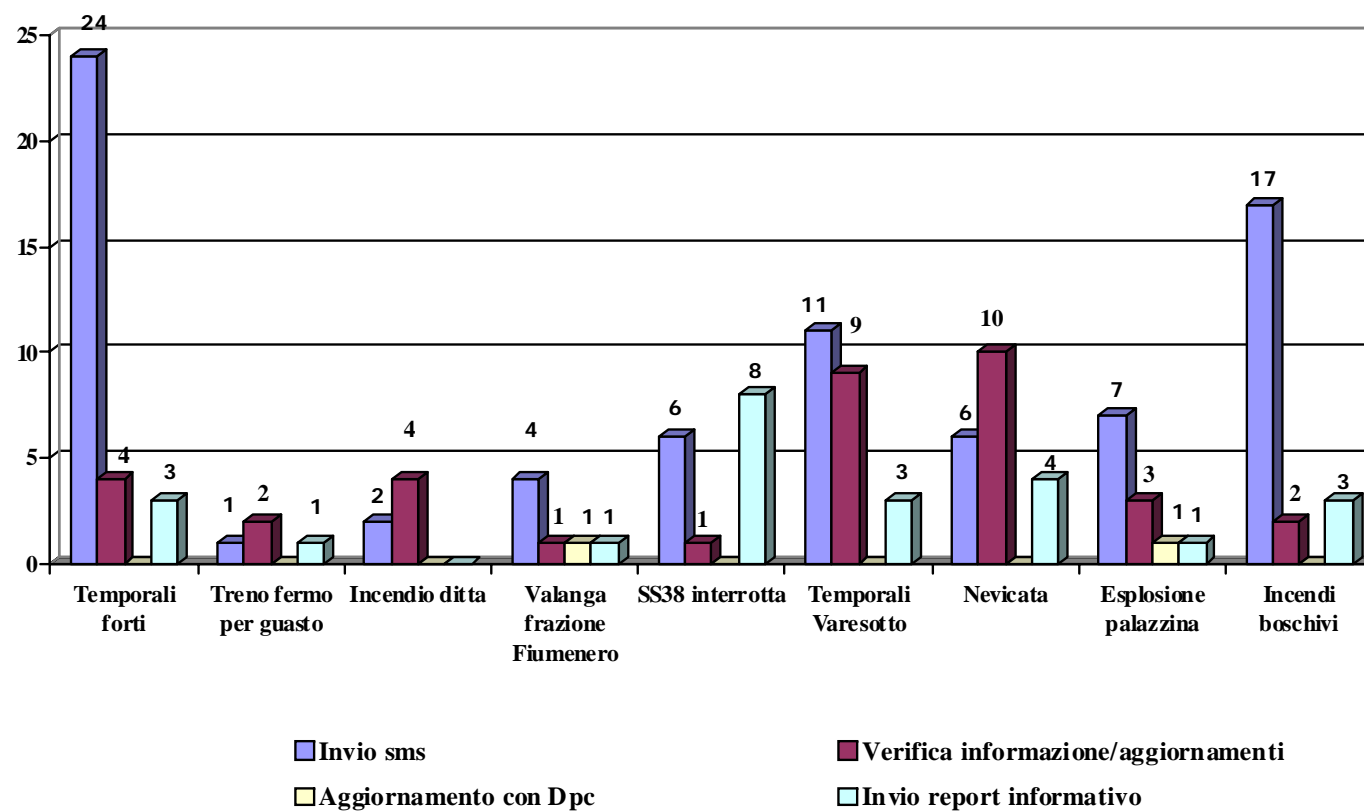
¹¹ Cfr. paragrafo 2.2.3.

Tabella 2.2 - Report informativi

Data	Evento	Report informativi
18/09/06	Esplosione palazzina	19/09/06 h. 2.30
18/07/08	Incendio ditta Promox	assenti
1/12/08	Forti nevicate	1/12/08 h. 18.30 1/12/08 h. 20.30 2/12/08 h. 9.30 2/12/08 h. 17.30
10/12/08	Treno fermo per guasto	/
7/02/09	Valanga	7/2/09 h. 15
marzo 2009	Incendi boschivi	23/3/09 h. 19 24/3/09 h. 19 27/3/09 h. 19
13/07/09	SS38 interrotta	13/07/08 h. 20 * 14/07/08 h. 9 14/07/08 h. 12 14/07/08 h. 16.30 15/07/08 h. 18 16/07/08 h. 20.30 17/07/08 h. 19.30
15/07/09	Temporal forti	15/07/09 h. 10 15/07/09 h. 11 15/07/09 h. 17
17/07/09	Temporal forti	17/07/09 h. 18.30 17/07/09 h. 21 18/07/09 h. 12.30

In alcuni casi, come la chiusura della SS38 il 13/07/08, i *report* fanno riferimento alla situazione di emergenza generale, le forti piogge che hanno interessato la regione, nella quale va a inserirsi l'evento relativo alla SS38. Nella maggior parte dei casi, i *report* riguardano invece un singolo evento. L'emissione dei *report* termina con la chiusura dell'evento, quindi a emergenza completamente o parzialmente rientrata.

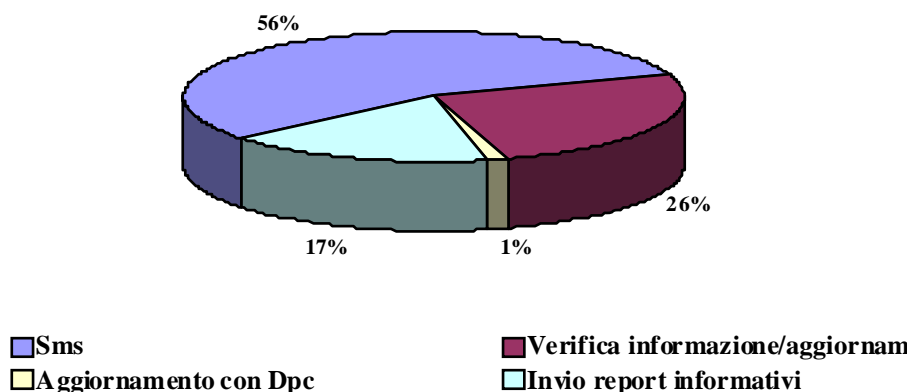
Figura 2.8 - Azioni della Sala Operativa per campione analizzato



Come si può notare dal grafico alla pagina precedente, il macroevento monitorato in assoluto “più comunicato” dalla Sala Operativa è quello relativo ai temporali forti che hanno interessato la regione dal 17 al 19 luglio 2009: si possono infatti contare 28 azioni comunicative partite dalla Sala. La ragione di questa scelta da parte degli operatori può essere individuata nella portata dell’evento che ha coinvolto un territorio ampio (le province di Varese, Como, Lecco e Sondrio); nella quantità dei microeventi contenuti al suo interno (14 tra strade chiuse, esondazioni di torrenti, smottamenti, allagamenti, difficili condizioni meteorologiche e disagi alla viabilità); e nella durata dell’emergenza (tre giorni). In questo caso, come del resto nella maggior parte degli eventi analizzati, non ci sono state comunicazioni dirette e esclusive nei confronti del Dipartimento nazionale della Protezione civile che è stato aggiornato sull’evolversi dell’emergenza esclusivamente attraverso i *report* informativi ordinari.

Come si può notare dal grafico sottostante, nel campione analizzato l’azione comunicativa maggiormente utilizzata dalla Sala Operativa è stato l’invio di sms (78 in valore assoluto, il 56% del totale). A seguire troviamo l’attività di verifica delle informazioni e aggiornamento sull’evolversi della situazione (36 in totale, 26%), poi l’invio di *report* informativi (24 per un valore del 17%) e infine l’aggiornamento diretto ed esclusivo nei confronti del Dipartimento nazionale di Protezione civile, che, come sottolineato in precedenza, rappresenta un’attività integrativa rispetto ai *report*.

Figura 2.9 – Azioni comunicative della Sala Operativa regionale



Sul notevole peso degli sms ha inciso sicuramente il fatto che questi ultimi vengano utilizzati per aggiornare sull’evoluzione delle singole emergenze, a differenza dei *report* che offrono una visione più ampia sul quadro generale dell’emergenza, quindi sul macroevento. È per questo che in un evento come i temporali forti che hanno interessato la regione il 17 luglio 2009, che contiene ben 14 sottoeventi, troveremo un numero di sms nettamente superiore rispetto a quello dei *report* informativi.

2.2. La comunicazione al cittadino di eventi di Protezione Civile in Lombardia

La comunicazione verso il cittadino è materia fino ad oggi demandata quasi esclusivamente all'attività degli enti istituzionali cui afferiscono le varie strutture della Protezione Civile. Questo *modus operandi* è chiaramente spiegato dalla natura stessa della Protezione Civile, ente le cui responsabilità sono in mano agli enti locali e allo Stato.

Nel corso della ricerca sono state contattate le diverse strutture di cui la Protezione Civile regionale si avvale per l'esercizio delle sue funzioni e a ciascuna sono state poste numerose questioni riguardanti la comunicazione al cittadino in caso di emergenza.

In particolare riportiamo le indicazioni fornite dai seguenti enti:

- Protezione Civile Brescia
- Protezione Civile Milano
- Polizia Locale di Milano
- 118 Milano
- Ferrovie dello Stato

Oltre all'agenzia di stampa Lombardia Notizie, la cui natura e la cui funzione verranno presentate in una sezione a parte.

2.2.1. Sale Operative provinciali e comunali

Come anticipato, la comunicazione al cittadino da parte delle Sale Operative locali avviene quasi esclusivamente per tramite dei referenti istituzionali di pertinenza. In particolare le Sale provinciali non hanno specifiche competenze di informazione verso l'esterno, caratterizzandosi in particolare come strutture di supporto per il rilevamento dei dati e come "sale situazioni" nell'eventualità di eventi particolari.

Ciascun referente contattato ha comunque segnalato la disponibilità dei responsabili delle sale operative a fornire specifiche informazioni (per lo più di tipo tecnico) in caso di richiesta che giunge da un operatore dell'informazione che sia in possesso di un contatto diretto con la singola sala operativa.

La figura deputata alla divulgazione di informazioni verso l'esterno è il Presidente della Provincia, secondo le disposizioni descritte nei piani provinciali emessi sulla scorta delle indicazioni della Regione¹². La Presidenza della Provincia, a sua volta, si avvale delle sue strutture, in particolare dell'ufficio stampa e degli addetti stampa del Presidente della Provincia e dell'assessore con delega alla Protezione Civile.

¹² Legge Regionale 22/05/2004 n°16: "Testo Unico in materia di Protezione Civile".

La Sala Operativa, per la sua competenza nella rilevazione dei dati, accompagna comunque in qualsiasi frangente la comunicazione in materia di Protezione Civile sia per la divulgazione di dati precisi (es. portata di fiumi e laghi, estensione degli eventi, ecc.), sia per la descrizione delle operazioni in atto (es. numero di operatori impegnati in una specifica azione, ecc.).

La Sala Operativa del Comune di Milano, per la specificità del suo ruolo e del territorio su cui insiste, è un unicum nel panorama lombardo e, in effetti, ha pochi esempi simili nel resto d'Italia.

La Sala è integrata nel cosiddetto “Sistema Milano”, costituito dall'amministrazione comunale e facente capo alla Direzione Specialistica Protezione Civile per il monitoraggio e la sorveglianza del territorio, e rappresenta il punto di collegamento e contatto tra tutte le strutture operative comunali (Atm, Amsa, A2A, Metropolitana Milanese, Polizia Locale e numerose altre).

Così come nel caso delle sale provinciali, anche per la Sala Operativa del Comune di Milano non è previsto il contatto diretto con il cittadino o con gli operatori della comunicazione per fornire informazioni relative alle attività o alle emergenze in atto.

La comunicazione è affidata, quindi, unicamente all'ufficio stampa del sindaco e l'informazione, inevitabilmente, si connota secondo le decisioni prese dall'amministrazione che integrano i dati della Sala Operativa.

Nel mese di ottobre 2009 è stato messo a punto un sistema di comunicazione (S.I.R.E. Sistema Integrato di Risposta all'Emergenza) capace di soddisfare l'esigenza di interscambio di informazioni tra le molteplici centrali operative facenti parte del “Sistema Milano” e tra le strutture di supporto della Protezione Civile, grazie al collegamento in rete ad un unico server.

È fondamentale riconoscere, allo stato attuale, un certo “scollamento” tra le varie strutture della Protezione Civile, soprattutto per quello che riguarda il contatto con la Sala Operativa regionale che, alla luce di quanto appreso, non emerge come parte integrante e sistemica nell'ambito dello scambio di informazioni ma piuttosto come entità a sé stante alla quale si fa riferimento solo per comunicazioni di “servizio” e di aggiornamento. Non è stata ravvisata, nel corso delle nostre indagini, una procedura, protocollata o meno, grazie alla quale la Sala regionale risulti, in ogni caso e in ogni momento, “allineata” alle altre sale operative locali, sebbene venga riconosciuta la necessità di dare notizia delle azioni eventualmente intraprese e dei dati in possesso delle sale locali.

2.2.2. Strutture operative

È stato importante ed interessante conoscere le procedure di comunicazione di strutture che fanno parte del “sistema” Protezione Civile pur essendo entità distinte, con centrali operative proprie e con modalità di azione e informazione diverse tra loro e diverse da quelle di Protezione Civile.

Per la polizia locale abbiamo colto le medesime specificità già descritte in precedenza, poiché la comunicazione verso il cittadino attraverso i media è sempre effettuata con il tramite degli uffici stampa delle amministrazioni locali.

Anche l'organizzazione di conferenze stampa o la redazione di comunicati, anche di specifico interesse della polizia locale, sono sempre gestite dall'ufficio stampa dell'amministrazione (segnatamente, nella maggior parte dei casi, dall'ufficio stampa del sindaco e quasi mai dall'assessorato di competenza) ed è a questa figura che fanno riferimento giornalisti e media per avere informazioni.

Così come già segnalato nel paragrafo precedente, non è inusuale che il singolo giornalista chiami la sala operativa della polizia locale per avere informazioni e, in questi casi, il capoturno presente ha l'autorizzazione a fornire le notizie necessarie.

Nel caso specifico di Milano, l'esistenza del sistema S.I.R.E.¹³, gestito proprio dalla Polizia Locale per conto della Protezione Civile, permette, oltre al collegamento diretto ed immediato tra i vari enti, anche la messa a disposizione del cittadino delle più importanti informazioni aggiornate in tempo reale sul sito dell'amministrazione comunale. Le informazioni messe a disposizione del pubblico vengono, però, "depurate" di alcuni elementi di uso prettamente interno e quindi necessitano di un'opera, seppur minima, di redazione.

Il 118 lombardo, da poco riorganizzato nell'AREU (Azienda Regionale Emergenza Urgenza)¹⁴, prevede una stretta dipendenza delle singole unità provinciali dal servizio regionale che ha attivato, al suo interno, un "Ufficio comunicazione", a sua volta facente parte di un organismo denominato "Giunta di Comunicazione", in cui entrano anche i responsabili di Anpas, Croce Rossa Italiana e Croce Bianca.

L'Ufficio comunicazione di Areu è deputato, oltre che all'informazione in materia di prevenzione e alla collaborazione tra gli enti, ad organizzare le comunicazioni in caso di emergenza e ad essere catalizzatore degli organi di informazione.

Il 118 Milano, primo e, per ora, unico in Lombardia, mette a disposizione dei giornalisti che ne facciano richiesta, una pagina protetta da username e password grazie alla quale è possibile monitorare in tempo reale gli spostamenti dei mezzi con importanti informazioni aggiuntive (numero dei veicoli coinvolti nelle operazioni di soccorso, codici di gravità, ospedali di riferimento) che permettono agli operatori delle informazioni di avere i primi dati prima di contattare l'Areu.

Così come nei casi precedenti, anche per quanto concerne i 118 provinciali la disponibilità degli operatori nel fornire le prime notizie ai giornalisti è massima, pur rimanendo evidente la necessità, per chi abbia bisogno di notizie circostanziate o debba avere il riferimento "ufficiale" ed autorevole, di contattare l'Ufficio comunicazione Areu.

A livello infrastrutturale è stato proficuo e interessante il contatto preso con le Ferrovie dello Stato, soprattutto alla luce del recente deragliamento del treno

¹³ Cfr. paragrafo 2.2.1.

¹⁴ L'attivazione dell'Areu è datata 2 aprile 2008, attraverso la delibera regionale VIII/6994

merci in prossimità della Stazione Centrale di Milano, su cui ci si è focalizzati per comprendere la natura delle comunicazioni verso il cittadino.

Le comunicazioni del gruppo Ferrovie dello Stato in Lombardia sono gestite da un ufficio stampa regionale che agisce sotto la regia e il controllo dell'ufficio stampa centrale di Roma. L'ufficio stampa regionale si preoccupa di realizzare i comunicati stampa per le redazioni, talvolta preceduti da mail "informali" per dare la prima notizia di un'emergenza, e di rispondere alle richieste dei giornalisti. L'ufficio stampa è organizzato in modo piuttosto articolato, riuscendo a raggiungere gli organi di informazione locale anche in modo esclusivo in caso di problematiche che causino disagi in ambiti limitati.

Nel caso del deragliamento di cui sopra, il referente dell'ufficio stampa regionale si è recato sul luogo dell'incidente e ha rappresentato il punto di contatto tra i giornalisti e l'ufficio stampa di Roma, preoccupandosi di diffondere le informazioni secondo le strategie decise con l'ufficio stampa centrale. Trattandosi di un evento di importanza nazionale, la diffusione delle informazioni agli organi di stampa è stata demandata all'ufficio stampa centrale.

Il paragrafo relativo a queste "strutture operative" necessita di una conclusione simile a quello riguardante le sale operative locali della Protezione Civile, per evidenziare i rapporti con la Sala Operativa di Regione Lombardia.

È importante rilevare che ogni ente contattato (ivi compresi quelli non evidenziati in questa ricerca) conosce il ruolo della Sala Operativa regionale e, conseguentemente, ritiene importante che qualsiasi informazione venga in qualche modo "passata" a questa sala. I modi e i tempi di questa comunicazione, però, anche in questo caso non sono frutto di una sistematica procedura che garantisca un flusso informativo costante e diretto con la Sala, soprattutto quando gli eventi emergenziali vengono ritenuti di scarsa rilevanza e non necessitanti dell'opera di coordinamento della Protezione Civile.

La comunicazione diretta al cittadino può avvenire anche a prescindere dalla mediazione degli organi di informazione, soprattutto per quegli enti che hanno a disposizione degli strumenti specifici, dettati dalla loro stessa natura. Le Ferrovie dello Stato, infatti, comunicano direttamente con gli utenti dei loro servizi utilizzando le aziende specifiche: Trenitalia attraverso gli altoparlanti dei treni e Reti Ferroviarie Italiane con gli altoparlanti delle stazioni, utilizzando comunque i comunicati redatti dal gruppo Ferrovie dello Stato.

La polizia locale, in particolare quella di Milano, ha la possibilità di comunicare eventi ed informazioni, anche al di fuori di situazioni di emergenza, attraverso i pannelli a messaggio variabile dislocati nel territorio comunale. La creazione del "Sistema Milano" fa sì che la stessa possibilità sia data anche alla sala della Protezione Civile del Comune di Milano in caso di comunicazioni urgenti che non siano necessariamente materia di polizia locale.

2.2.3. Lombardia Notizie

L'agenzia di stampa regionale Lombardia Notizie è l'organo di riferimento per la comunicazione della Protezione Civile regionale, confermando quindi gli stessi percorsi già evidenziati nei precedenti paragrafi per le sale operative locali.

La Sala Operativa comunica con Lombardia Notizie principalmente attraverso l'emissione degli "avvisi di criticità" e "preallarme", inviati via posta elettronica all'agenzia di stampa che provvede a redigere i conseguenti comunicati e a inviarli alle redazioni delle diverse testate giornalistiche.

I comunicati vengono spesso verificati con la Sala Operativa soprattutto nel caso in cui venga effettuato un importante intervento di redazione dell'agenzia, per "ripulire" il comunicato da eventuali tecnicismi e per evitare allarmismi.

La comunicazione tra la Sala Operativa e Lombardia Notizie in caso di situazioni di emergenza avviene anche tramite telefono e i redattori dell'agenzia (che ha due referenti fissi dedicati alla Protezione Civile) è in grado di seguire l'evolversi degli eventi anche da remoto grazie al collegamento via pc portatile con il sistema editoriale dell'agenzia.

Il lavoro di Lombardia Notizie, dopo la redazione dei comunicati stampa e l'invio alle varie testate, si esaurisce con la pubblicazione dell'informazione sul portale della Regione Lombardia e sulle pagine regionali del Televideo di Rai Tre.

Il flusso informativo viene garantito durante tutta l'emergenza, sempre attraverso la redazione di comunicati che partono dai report della Sala Operativa, cercando di produrre informazioni in tempi coincidenti con l'attività informativa dei vari media.

Lombardia Notizie prende informazioni in materia di Protezione Civile esclusivamente dalla Sala Operativa regionale, senza contatti con altri organi o strutture facenti parte del "sistema" della Protezione Civile, e si preoccupa di fungere da referente per i media della stessa Sala Operativa e, in generale, della Regione Lombardia, pur in contatto con gli addetti stampa della presidenza regionale e dell'assessore.

Lombardia Notizie rappresenta quindi un organismo fondamentale per la diffusione delle informazioni verso il cittadino, sia perché è l'unico ente attraverso cui la Sala Operativa regionale diffonde le informazioni¹⁵ al di fuori degli altri attori della Protezione Civile, sia perché rappresenta il filtro principale per le comunicazioni tra la Sala e i media.

Possono emergere criticità legate, però, ad eventuali situazioni di emergenza che si verifichino in orari particolari, sia per la maggiore difficoltà da parte della Sala Operativa di redigere un report informativo in tempi rapidi, sia perché l'agenzia di stampa osserva naturalmente degli orari di apertura (7.30-20.00 dal lunedì al sabato, 10-16.30 la domenica) al di fuori dei quali può risultare difficile il contatto tra le parti. Inoltre la natura stessa di agenzia di stampa regionale fa sì che il lavoro di Lombardia Notizie sia essenzialmente di "mediazione" con gli altri canali di informazione, senza un intervento diretto e "spinto" verso il cittadino (es.

¹⁵ Cfr. paragrafo 2.1.7.

realizzazione immediata di servizi radiofonici o televisivi, aggiornamento via internet al di fuori del portale regionale, ecc.).

2.2.4. Conclusioni

Dopo questo interessante excursus sulla comunicazione al cittadino e attraverso i media degli eventi di Protezione Civile è inevitabile soffermarsi su alcuni punti comuni che hanno accompagnato ciascuna analisi.

L'informazione passante attraverso organi "istituzionali" (siano essi gli addetti stampa del singolo assessore o uffici e agenzie stampa specifici degli enti) sconta sempre due specifici "gap" anche se in misure e modalità differenti.

Il primo riguarda la tempistica dell'informazione, poiché una notizia di emergenza che parte da una sala operativa o da un referente tecnico deve attraversare un iter redazionale che rischia di diventare piuttosto lungo soprattutto quando incontri contingenze sfavorevoli (es. assenza temporanea di un referente responsabile che "validi" un'informazione, eccessivi tecnicismi per i quali è necessaria un'opera di ripulitura, assenza temporanea dell'organismo deputato alla diffusione dell'informazione verso gli organi di stampa).

Il secondo concerne invece una più o meno marcata tendenza ad accompagnare l'informazione legata ad un evento con un riferimento politico, sia esso la dichiarazione dell'assessore di competenza oppure l'approvazione formale del comunicato da parte del referente politico. Tale tendenza, comunque, nella maggioranza dei casi non comporta "ingerenze" di alcun tipo ma porta ad un generale "affaticamento" nel passaggio delle informazioni da chi le possiede e le coordina (la Sala Operativa della Regione come anche le singole strutture che "sono" Protezione Civile) a chi è deputato alla loro diffusione (i media).

Questo processo è, tuttavia, determinato dalla inevitabile suddivisione delle competenze e delle responsabilità che, giustamente, permettono a chi ha il compito di gestire un'emergenza (con compiti di coordinamento o di intervento) di svolgere unicamente il proprio compito, lasciando a chi ha le giuste competenze il lavoro di diffusione delle informazioni.

2.3. Altri esempi di comunicazione in Italia

Nel territorio italiano esistono alcuni interessanti esempi di comunicazione prodotta dalla Protezione Civile direttamente per il cittadino attraverso i media. In particolare abbiamo deciso di descrivere tre esempi provenienti da realtà territoriali molto diverse e realizzati con modalità tra loro differenti. Il trait d'union di queste esperienze risiede nella volontà di questi enti (uno comunale e due regionali) di trascendere i limiti della comunicazione "istituzionale" e di proporsi in modo più diretto e immediato alla cittadinanza.

2.3.1. Protezione Civile a Venezia

Il progetto nasce su iniziativa del Comune di Venezia in collaborazione con la Protezione Civile del comune, l'ufficio Comunicazione e l'azienda privata IdeaFutura, che ha curato la parte tecnologica.

Il progetto ha lo scopo di comunicare in tempo reale direttamente a tutta la popolazione i pericoli, reali e percepiti, e le linee di comportamento da tenere in situazioni di emergenza.

La comunicazione avviene esclusivamente attraverso il canale web dell'amministrazione comunale e la scelta della modalità comunicativa garantisce un'informazione immediata ed efficace nelle situazioni di emergenza; il sistema consente di visualizzare le emergenze stesse sul sito in modo differente a seconda del grado di pericolosità al fine di dare all'utente l'immediata percezione della reale situazione in atto. Per esempio, in caso di codice rosso (livello di pericolosità più alto), il software di comunicazione emergenze interviene automaticamente e modifica la home page del portale del Comune di Venezia, mettendo in grande risalto l'emergenza in atto e riportandone l'avviso su ogni pagina del portale.

La popolazione, dopo l'informazione iniziale del pericolo, viene aggiornata sugli sviluppi degli eventi attraverso comunicati emessi dagli operatori presenti direttamente su campo: il sistema di comunicazione è infatti predisposto per la portabilità sui diversi media (palmari, cellulari, digitale terrestre ecc., di cui sono dotati gli operatori stessi), consentendo al personale di Protezione Civile di amministrare ed aggiornare il sito web pur non trovandosi fisicamente in ufficio.

2.3.2. Tg DRPC Sicilia

Il Dipartimento della Protezione Civile della Regione Sicilia ha promosso il progetto Tg DRPC con lo scopo di informare la popolazione attraverso i canali multimediali web, tv, digitale terrestre e tv digitale satellitare in collegamento con le emittenti televisive regionali.

È stato infatti creato un modello di rete comunicativa che coinvolge 18 emittenti televisive regionali, le quali trasmettono il "video-giornale" realizzato dall'unità 45 del dipartimento di Protezione Civile siciliana. La produzione di informazione è dunque rivolta alle emittenti televisive che, a loro volta, la divulgano alla popolazione sia tramite tv che tramite i propri siti internet.

La raccolta e la diffusione delle informazioni avviene direttamente nella sala operativa della Protezione Civile di cui una parte è adibita a redazione vera e propria.

Il gruppo di lavoro comprende alcuni operatori della Protezione Civile che hanno ricevuto una formazione giornalistica di base per essere poi dedicati alla sfera comunicativa e da un giornalista esterno che conduce in studio il Tg.

Lo scopo di questo progetto è quello di far conoscere il servizio svolto dalla Protezione Civile, sia per mostrare come avviene la gestione delle emergenze che

per far crescere la coscienza civile nei cittadini.

L'informazione diffusa riguarda eventi atmosferici, interventi in caso di rischio per l'ambiente, prevenzione e tutela delle persone e dei beni ed informazioni sulle attività di volontariato. Manca, di conseguenza, una specifica attenzione alla comunicazione in fase di emergenza e il servizio si propone, più che altro, come strumento di informazione diretta alla conoscenza e alla prevenzione.

2.3.3. Codice Uno: Regione Piemonte

Codice Uno è il progetto realizzato dalla Regione Piemonte e dal Ministero delle Attività Produttive, in collaborazione con l'ufficio stampa della Giunta regionale, sulla comunicazione dei temi della Protezione Civile. Il progetto, realizzato dall'agenzia nazionale di stampa Mandragola, prevede una serie di appuntamenti quotidiani in diretta con l'Unità di crisi – che ha sede presso la Sala Operativa regionale - e una trasmissione radiofonica della durata di mezz'ora, in onda con un appuntamento fisso una volta alla settimana, allo stesso giorno e alla stessa ora, su diverse emittenti.

Le radio che partecipano al progetto sono 22: di queste, 10 diffondono notiziari e approfondimenti in condizioni di normalità, mentre 12 vengono coinvolte solo in caso di emergenza. Le prime compongono il gruppo del Codice Uno che, nei bollettini sul rischio idrogeologico emessi dall'Arpa piemontese, indica la "condizione di non pericolosità"; il secondo gruppo viene attivato in caso di Codice Tre, ovvero in condizione di massima allerta a fronte di una situazione di pericolo per la cittadinanza. Di questo gruppo fanno parte anche due radio che hanno copertura extra-regionale (una ligure, l'altra valdostana) poiché, in caso di emergenza, possono essere coinvolte anche zone confinanti.

A livello di contenuti, il progetto prevede la comunicazione e la promozione delle attività della Protezione Civile in situazioni ordinarie e la trasmissione di informazioni, aggiornamenti e direttive alla popolazione in caso di criticità. In queste situazioni, grazie ad accordi stipulati tra la Regione Piemonte e gli editori coinvolti, le radio trasmettono 24 ore su 24 le informazioni sull'emergenza e le istruzioni necessarie ad affrontarla, anche diversificate in base alle zone coinvolte. La scelta è ricaduta sul mezzo radiofonico poiché, come si legge sulla home page del sito internet di Codice Uno, "quando manca l'elettricità, l'unico mezzo utilizzabile per ascoltare notizie è la radio portatile a batterie"¹⁶.

L'appuntamento settimanale è invece dedicato a un argomento in quel periodo particolarmente rilevante, sul quale viene chiesto il parere degli esperti della Protezione Civile. Nell'estate 2006, ad esempio, sono stati affrontati temi come l'allarme siccità, il rischio di incendi boschivi, o ancora, gli esodi sulle strade legati alle partenze per le vacanze e l'emergenza caldo.

L'obiettivo del progetto è di far conoscere alla popolazione le attività della Protezione Civile, di sviluppare una cultura della prevenzione e della tutela del territorio e di essere presenti in caso di emergenza. Codice Uno è anche un sito

¹⁶ Cfr. paragrafo 3.2.2.

internet www.codice1.it, sul quale è possibile trovare l'archivio delle trasmissioni e degli approfondimenti, caricati anche sul sito internet della protezione civile regionale, e le informazioni sulle emittenti radiofoniche.

È inoltre presente una sezione che consente di visionare il grado di rischio idrogeologico e sismico di tutti i comuni della regione, suddivisi per province.

Pur con le evidenti differenze, questi tre servizi testimoniano la volontà degli enti locali di diffondere informazioni sulla Protezione Civile, sia per farne conoscere in modo più chiaro e completo le attività e gli obiettivi, sia – soprattutto nei casi di Venezia e Piemonte – per raggiungere in modo veloce e senza ulteriori intermediazioni il cittadino in caso di situazioni di emergenza.

Informare in situazioni di emergenza in Lombardia

Capitolo 3

Media e informazione

In questo capitolo della ricerca ci occuperemo di analizzare il passo successivo a quello studiato nei precedenti capitoli, dedicandoci agli strumenti ed ai canali utilizzati per la diffusione delle informazioni al cittadino, con la ovvia specifica attenzione al mondo dei media lombardi.

La Lombardia è una regione con ampissima diffusione di media locali (pur non raggiungendo i numeri di altre regioni che, anche in proporzione alla popolazione, offrono un numero più alto di canali sia televisivi che radiofonici, come la Puglia), molti dei quali seguono con attenzione l'informazione proveniente dal territorio anche a livello comunale o zonale. Studiare il livello di penetrazione dei media, le aree raggiunte e il livello dell'informazione è quindi importantissimo per capire quanta popolazione può essere raggiunta da un messaggio redatto in condizioni di emergenza.

L'analisi terrà conto anche dei media a diffusione nazionale e dei nuovi media, il cui studio e il cui utilizzo potrebbero rilevare importanti conseguenze sia per l'alta percentuale di popolazione raggiunta, sia per le peculiarità insite nella loro natura.

3.1. Media nazionali

Cominciando l'analisi dai media cosiddetti "tradizionali" e "generalisti" non si può non notare come moltissimi canali ad oggi sviluppati a livello nazionale siano nati in Lombardia e conservino, di conseguenza, una forte base di ascoltatori nella nostra regione. Questo discorso è applicabile, per esempio, alle due principali reti Mediaset, derivate da emittenti locali sorte nei dintorni di Milano (Telemilano da cui partì Canale 5 e Antenna Nord da cui ebbe origine Italia 1) e ad alcuni dei principali network radiofonici come Radio DeeJay (a lungo seconda radio più ascoltata d'Italia dopo Rai Radiouno), Radio 105, Rtl 102.5 (ora 2° radio per ascolti, sebbene le distanze tra le prime 4 – Radiouno, Rtl, Rds e DeeJay siano molto limitate), Radio Italia Solomusicaitaliana e R101, nonché ad alcuni quotidiani tra cui il più venduto in Italia come Il Corriere della Sera.

Mentre, nel tempo, per la maggior parte di questi canali, soprattutto televisivi, è

andato perso qualsiasi connotato regionale o locale nella programmazione, non altrettanto si può dire della base di ascolti che, soprattutto per le emittenti radiofoniche, è ancora fortemente radicata in Lombardia (più del 20% per Radio DeeJay, quasi il 25% per Rtl e Rds, emittente nata a Roma ma che ha aumentato grandemente il numero di ascoltatori lombardi anche con l'apertura di una redazione a Milano). Questa analisi, unita alla successiva, dedicata all'emittenza prettamente locale, tende ad evidenziare la necessità di "fare i conti" con le reti nazionali per raggiungere la più ampia fascia possibile di popolazione. I dati riguardanti gli ascolti televisivi, invece, non evidenziano le differenze tra le singole regioni, motivo per cui non c'è possibilità di definire il grado di penetrazione delle singole emittenti nazionali in regione.

3.2. I media locali in Lombardia

Questa breve analisi sui media lombardi non si pone l'obiettivo di definire un quadro completo dell'offerta di informazione al cittadino nel territorio regionale ma mira, più che altro, ad inquadrare il numero di soggetti coinvolti, sottolineando l'area di copertura e la popolazione raggiunta, per porre le corrette basi di una comunicazione capillare e completa.

3.2.1. Televisione

Il primo e più importante canale di informazione da analizzare è quello della televisione "tradizionale" (ossia ricevibile via onde radio tramite sintonizzazione su banda UHF o VHF) che, anche a livello locale, rimane il più utilizzato e quindi più importante da "attaccare" per una comunicazione immediata di emergenza. In Lombardia esistono oltre 40 emittenti televisive di natura diversissima, con canali differenti talvolta facenti parte di medesimi gruppi (Syndication). Di queste emittenti soltanto 17 fanno parte di Auditel e ricevono quindi una rilevazione dei dati di ascolto, pertanto le cifre delle altre emittenti, quando presenti, vengono fornite dalle emittenti stesse sulla base di rilevazioni autogestite che, conseguentemente, possono discostarsi dalla realtà.

Alcune televisioni hanno una copertura molto vasta e vengono ricevute in tutto il territorio regionale (talvolta raggiungendo anche province limitrofe): emerge naturalmente la concomitanza tra l'elenco di emittenti con più ascolti e di emittenti con più vasta copertura.

L'altro aspetto che verrà tenuto in considerazione in questa ricerca sarà quello dei contenuti normalmente offerti, per distinguere canali esclusivamente (o quasi) commerciali e canali che trasmettono, con maggiore o minore frequenza, informazioni al telespettatore.

Le seguenti tabelle sono redatte a partire dalle aree di copertura. Conseguentemente i canali che servono più province saranno proposti in tutte le rispettive tabelle.

Tabella 3.1 - Televisioni a diffusione regionale:

Nome	Bacino di utenza	Syndication	Ascolti *	Note sull'informazione **
7 Gold Telecity	Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria	7 Gold		2 Tg regionali nei gg feriali, 1 Tg nei gg festivi
Antenna 3	Lombardia, Piemonte, Lago di Garda	In associazione con Telelombardia	912.595	2 Tg regionali al mattino rubrica di informazione e focus su Varese,
Più Blu Lombardia	Lombardia, province di NO, VC, AL	In associazione con Radio MilanInter	155.999	1 Tg nazionale con rubrica su Milano, approfondimento settimanale sulla giunta regionale e su Milano
Primarete Lombardia	Lombardia, provincia di PC	in associazione con TeleColor	187.166	3 Tg, focus su Brescia e rassegna stampa
Telelombardia	Lombardia, Emilia, province di NO, VC, BI, VE, VI	in associazione con Antenna 3	1.141.870	2 Tg regionali, 3 Tg nazionali, approfondimento mattutino, approfondimento alle 13, trasmissione serale, rubriche sulla Regione
Telenova	Lombardia, province di PC, NO, VC, AL	no	629.838	3 Tg, rubrica mattutina, approfondimenti settimanali e focus quotidiano su Milano
Telereporter	Lombardia, province di PC, VE, NO, VB	Odeon Tv	422.165	3 Tg , rubrica settimanale di politica, rubrica settimanale di informazione, talk show settimanale
Telepadania	Lombardia e Nord Italia, Toscana, Umbria, Lazio	Tlc	300.831	Solo 2 ore di trasmissione all'interno del palinsesto commerciale di Telecampione

Tabella 3.2 - Televisioni a diffusione provinciale, zonale o sovraprovinciale:

TELEVISIONI MILANO				
Nome	Bacino di utenza	Proprietà	Ascolti *	Note sull'informazione **
Bergamo TV	Milano, Bergamo, Cremona	Eco di Bergamo	220.083	1 Tg su Bergamo alla sera, 1 approfondimento su Bergamo, 2 collegamenti col Tg durante una rubrica pomeridiana
Canale 6	Milano, Pavia, Como, Lecco, Varese	Telelombardia	189.608	Solo intrattenimento
Rete 55	Milano, Varese, Pavia, Novara, Verbania		106.239	Numerosi Tg, approfondimento settimanale, 1 approfondimento dedicato a una località del varesino (Tradate, Gallarate, Busto, ecc.)
ReteBrescia	Milano, Brescia, Bergamo, Piacenza, Lodi, Cremona, Mantova, Verona			2 Tg, Tg Multietnico (350.000 telespettatori), Rassegna stampa
Studio 1	Milano, Bergamo, Piacenza, Lodi, Cremona, Mantova, Modena, Reggio Emilia, Parma, Pavia			3 Tg, 2 approfondimenti
Telesette Laghi	Milano, Varese, como, Lecco, Lodi, Pavia, Alessandria, Novara, Biella, Vercelli, Verbania			5 Tg, 1 approfondimento, rubrica gestita da Provincia di Varese e rubrica gestita da Presidenza del Consiglio Regionale
Telestar Lombardia	Milano, como, Lecco, Varese, Pavia, Bergamo	Telemarket		Solo televendite

TELEVISIONI MILANO				
Nome	Bacino di utenza	Proprietà	Ascolti *	Note sull'informazione **
Trs Tv	Milano, Cremona, Lodi, Pavia, Bergamo, Brescia, Parma, Piacenza		123.321	2 Tg, 1 rubrica domenicale sulla regione
Videobergamo	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Brescia, verona, Mantova, Como, Lecco, Varese			1 Tg nazionale, 6 Tg su Bergamo, 1 Tg in lingue internazionali, 2 approfondimenti su Bergamo, 1 talk show
Videostar	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Pavia, Lecco, Lago d'Iseo, Valcamonica		34.629	3 Tg

TELEVISIONI BERGAMO				
Nome	Bacino di utenza	Proprietà	Ascolti *	Note sull'informazione **
Bergamo TV	Milano, Bergamo, Cremona	Eco di Bergamo	220.083	1 Tg su Bergamo alla sera, 1 approfondimento su Bergamo, 2 collegamenti col Tg durante una rubrica pomeridiana
Retebscia	Milano, Brescia, Bergamo, Piacenza, Lodi, Cremona, Mantova, Verona			2 Tg, Tg Multietnico (350.000 telespettatori), Rassegna stampa
Studio 1	Milano, Bergamo, Piacenza, Lodi, Cremona, Mantova, Modena, Reggio Emilia, Parma, Pavia			3 Tg, 2 approfondimenti
Teleclusone	Brescia, Bergamo			Tg
Telestar Lombardia	Milano, como, Lecco, Varese, Pavia, Bergamo	Telemarket		Solo televendite
Teletutto	Bergamo, Brescia, Mantova, Cremona, Trento		197.883	4 Tg, Flash su Brescia, 1 settimanale su Brescia, 1 generalista la domenica
Trs Tv	Milano, Cremona, Lodi, Pavia, Bergamo, Brescia, Parma, Piacenza		123.321	2 Tg, 1 rubrica domenicale sulla regione
Videobergamo	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Brescia, verona, Mantova, Como, Lecco, Varese			1 Tg nazionale, 6 Tg su Bergamo, 1 Tg in lingue internazionali, 2 approfondimenti su Bergamo, 1 talk show
Videostar	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Pavia, Lecco, Lago d'Iseo, Valcamonica		34.629	3 Tg

TELEVISIONI BRESCIA				
Nome	Bacino di utenza	Proprietà	Ascolti *	Note sull'informazione **
Brescia Punto Tv	Brescia			4 tg locali, 1 approfondimento su Brescia, 1 settimanale di dibattito
Brescia Telenord	Brescia	Teletutto (stesso palinsesto)	53.190	
Retebrescia	Milano, Brescia, Bergamo, Piacenza, Lodi, Cremona, Mantova, Verona			2 Tg, Tg Multietnico (350.000 telespettatori), Rassegna stampa
Tele Boario 1	Brescia		52.124	2 Tg, Rassegna stampa
Teleclusone	Brescia, Bergamo			Tg
Telecolor	Brescia, Cremona, Mantova, Piacenza, Verona, Parma	Primarete Lombardia (stesso palinsesto)		3 Tg, focus su Brescia e rassegna stampa
Telemantova	Brescia, Cremona, Mantova, Piacenza, Verona, Parma			1 Tg su Mantova, 1 Flash su Mantova, Talk show in diretta e Regione Oggi
Teletutto	Bergamo, Brescia, Mantova, Cremona, Trento		197.883	4 Tg, Flash su Brescia, 1 settimanale su Brescia, 1 generalista la domenica
Trs Tv	Milano, Cremona, Lodi, Pavia, Bergamo, Brescia, Parma, Piacenza		123.321	2 Tg, 1 rubrica domenicale sulla regione
Videobergamo	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Brescia, verona, Mantova, Como, Lecco, Varese			1 Tg nazionale, 6 Tg su Bergamo, 1 Tg in lingue internazionali, 2 approfondimenti su Bergamo, 1 talk show
Videostar	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Pavia, Lecco, Lago d'Iseo, Valcamonica		34.629	3 Tg

TELEVISIONI COMO				
Nome	Bacino di utenza	Proprietà	Ascolti *	Note sull'informazione **
Canale 6	Milano, Pavia, Como, Lecco, Varese	Telelombardia	189.608	Solo intrattenimento
Espansione Tv	Como, Lecco, Varese, Sondrio Novara, Ticino		58.989	3 Tg serali molto seguiti, rassegna stampa, approfondimento ogni sera
La 6	Varese, Como, Verbania	Rete 55		Numerosi Tg, approfondimento settimanale, 1 approfondimento dedicato a una località del varesino (Tradate, Gallarate, Busto, ecc.)
Telesette Laghi	Milano, Varese, Como, Lecco, Lodi, Pavia, Alessandria, Novara, Biella, Vercelli, Verbania			5 Tg, 1 approfondimento, rubrica gestita da Provincia di Varese e rubrica gestita da Presidenza del Consiglio Regionale
Telestar Lombardia	Milano, Como, Lecco, Varese, Pavia, Bergamo	Telemarket		Solo televendite
Teleunica	Como, Lecco, Sondrio		77.356	4 Tg su Lecco e Sondrio, approfondimento settimanale e spazi informativi istituzionali
Televallassina	Como, Lecco	Red Tv		Tg
Videobergamo	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Brescia, Verona, Mantova, Como, Lecco, Varese			1 Tg nazionale, 6 Tg su Bergamo, 1 Tg in lingue internazionali, 2 approfondimenti su Bergamo, 1 talk show

TELEVISIONI CREMONA				
Nome	Bacino di utenza	Proprietà	Ascolti *	Note sull'informazione **
Bergamo TV	Milano, Bergamo, Cremona	Eco di Bergamo	220.083	1 Tg su Bergamo alla sera, 1 approfondimento su Bergamo, 2 collegamenti col Tg durante una rubrica pomeridiana
Lombardia Tv	Cremona, Lodi, Pavia	Parte di Telesolregina		
Retebscisa	Milano, Brescia, Bergamo, Piacenza, Lodi, Cremona, Mantova, Verona			2 Tg, Tg Multietnico (350.000 telespettatori), Rassegna stampa
Studio 1	Milano, Bergamo, Piacenza, Lodi, Cremona, Mantova, Modena, Reggio Emilia, Parma, Pavia			3 Tg, 2 approfondimenti
Telecolor	Brescia, Cremona, Mantova, Piacenza, Verona, Parma	Primarete Lombardia (stesso palinsesto)		3 Tg, focus su Brescia e rassegna stampa
Telemantova	Brescia, Cremona, Mantova, Piacenza, Verona, Parma			1 Tg su Mantova, 1 Flash su Mantova, Talk show in diretta e Regione Oggi
Telesolregina - Lodi Crema Tv	Cremona, Lodi, Pavia			5 Tg

TELEVISIONI CREMONA				
Nome	Bacino di utenza	Proprietà	Ascolti *	Note sull'informazione **
Teletutto	Bergamo, Brescia, Mantova, Cremona, Trento		197.883	4 Tg, Flash su Brescia, 1 settimanale su Brescia, 1 generalista la domenica
Trs Tv	Milano, Cremona, Lodi, Pavia, Bergamo, Brescia, Parma, Piacenza		123.321	2 Tg, 1 rubrica domenicale sulla regione
Videobergamo	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Brescia, Verona, Mantova, Como, Lecco, Varese			1 Tg nazionale, 6 Tg su Bergamo, 1 Tg in lingue internazionali, 2 approfondimenti su Bergamo, 1 talk show
Videostar	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Pavia, Lecco, Lago d'Iseo, Valcamonica		34.629	3 Tg

TELEVISIONI LECCO				
Nome	Bacino di utenza	Proprietà	Ascolti *	Note sull'informazione **
Canale 6	Milano, Pavia, Como, Lecco, Varese	Telelombardia	189.608	Solo intrattenimento
Espansione Tv	Como, Lecco, Varese, Sondrio Novara, Ticino		58.989	3 Tg serali molto seguiti, rassegna stampa, approfondimento ogni sera
Telesette Laghi	Milano, Varese, Como, Lecco, Lodi, Pavia, Alessandria, Novara, Biella, Vercelli, Verbania			5 Tg, 1 approfondimento, rubrica gestita da Provincia di Varese e rubrica gestita da Presidenza del Consiglio Regionale
Telestar Lombardia	Milano, Como, Lecco, Varese, Pavia, Bergamo	Telemarket		Solo televendite
Teleunica	Como, Lecco, Sondrio		77.356	4 Tg su Lecco e Sondrio, approfondimento settimanale e spazi informativi istituzionali
Televallassina	Como, Lecco	Red Tv		Tg
Videobergamo	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Brescia, Verona, Mantova, Como, Lecco, Varese			1 Tg nazionale, 6 Tg su Bergamo, 1 Tg in lingue internazionali, 2 approfondimenti su Bergamo, 1 talk show
Videostar	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Pavia, Lecco, Lago d'Iseo, Valcamonica		34.629	3 Tg

TELEVISIONI LODI				
Nome	Bacino di utenza	Proprietà	Ascolti *	Note sull'informazione **
Lombardia Tv	Cremona, Lodi, Pavia	Parte di Telesolregina		
Retebrescia	Milano, Brescia, Bergamo, Piacenza, Lodi, Cremona, Mantova, Verona			2 Tg, Tg Multietnico (350.000 telespettatori), Rassegna stampa
Studio 1	Milano, Bergamo, Piacenza, Lodi, Cremona, Mantova, Modena, Reggio Emilia, Parma, Pavia			3 Tg, 2 approfondimenti
Telesette Laghi	Milano, Varese, como, Lecco, Lodi, Pavia, Alessandria, Novara, Biella, Vercelli, Verbania			5 Tg, 1 approfondimento, rubrica gestita da Provincia di Varese e rubrica gestita da Presidenza del Consiglio Regionale
Telesolregina - Lodi Crema Tv	Cremona, Lodi, Pavia			5 Tg
Trs Tv	Milano, Cremona, Lodi, Pavia, Bergamo, Brescia, Parma, Piacenza		123.321	2 Tg, 1 rubrica domenicale sulla regione
Videobergamo	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Brescia, verona, Mantova, Como, Lecco, Varese			1 Tg nazionale, 6 Tg su Bergamo, 1 Tg in lingue internazionali, 2 approfondimenti su Bergamo, 1 talk show
Videostar	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Pavia, Lecco, Lago d'Iseo, Valcamonica		34.629	3 Tg

TELEVISIONI MANTOVA				
Nome	Bacino di utenza	Proprietà	Ascolti *	Note sull'informazione **
Mantova Tv	Mantova, Modena, Reggio Emilia			
Retebrescia	Milano, Brescia, Bergamo, Piacenza, Lodi, Cremona, Mantova, Verona			2 Tg, Tg Multietnico (350.000 telespettatori), Rassegna stampa
Studio 1	Milano, Bergamo, Piacenza, Lodi, Cremona, Mantova, Modena, Reggio Emilia, Parma, Pavia			3 Tg, 2 approfondimenti
Telecolor	Brescia, Cremona, Mantova, Piacenza, Verona, Parma	Primarete Lombardia (stesso palinsesto)		3 Tg, focus su Brescia e rassegna stampa

TELEVISIONI MANTOVA				
Nome	Bacino di utenza	Proprietà	Ascolti *	Note sull'informazione **
Telemantova	Brescia, Cremona, Mantova, Piacenza, Verona, Parma			1 Tg su Mantova, 1 Flash su Mantova, Talk show in diretta e Regione Oggi
Teletutto	Bergamo, Brescia, Mantova, Cremona, Trento		197.883	4 Tg, Flash su Brescia, 1 settimanale su Brescia, 1 generalista la domenica
Videobergamo	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Brescia, Verona, Mantova, Como, Lecco, Varese			1 Tg nazionale, 6 Tg su Bergamo, 1 Tg in lingue internazionali, 2 approfondimenti su Bergamo, 1 talk show

TELEVISIONI PAVIA				
Nome	Bacino di utenza	Proprietà	Ascolti *	Note sull'informazione **
Canale 6	Milano, Pavia, Como, Lecco, Varese	Telelombardia	189.608	Solo intrattenimento
Lombardia Tv	Cremona, Lodi, Pavia	Parte di Telesolregina		
Rete 55	Milano, Varese, Pavia, Novara, Verbania		106.239	Numerosi Tg, approfondimento settimanale, 1 approfondimento dedicato a una località del varesino (Tradate, Gallarate, Busto, ecc.)
Studio 1	Milano, Bergamo, Piacenza, Lodi, Cremona, Mantova, Modena, Reggio Emilia, Parma, Pavia			3 Tg, 2 approfondimenti
Telesette Laghi	Milano, Varese, Como, Lecco, Lodi, Pavia, Alessandria, Novara, Biella, Vercelli, Verbania			5 Tg, 1 approfondimento, rubrica gestita da Provincia di Varese e rubrica gestita da Presidenza del Consiglio Regionale
Telestar Lombardia	Milano, Como, Lecco, Varese, Pavia, Bergamo	Telemarket		Solo televendite
Telesolregina - Lodi Crema Tv	Cremona, Lodi, Pavia			5 Tg
Trs Tv	Milano, Cremona, Lodi, Pavia, Bergamo, Brescia, Parma, Piacenza		123.321	2 Tg, 1 rubrica domenicale sulla regione
Videostar	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Pavia, Lecco, Lago d'Iseo, Valcamonica		34.629	3 Tg

TELEVISIONI SONDRIO				
Nome	Bacino di utenza	Proprietà	Ascolti *	Note sull'informazione **
Espansione Tv	Como, Lecco, Varese, Sondrio, Novara, Ticino		58.989	3 Tg serali molto seguiti, rassegna stampa, approfondimento ogni sera
Teleunica	Como, Lecco, Sondrio		77.356	4 Tg su Lecco e Sondrio, approfondimento settimanale e spazi informativi istituzionali

TELEVISIONI VARESE				
Nome	Bacino di utenza	Proprietà	Ascolti *	Note sull'informazione **
Canale 6	Milano, Pavia, Como, Lecco, Varese	Telelombardia	189.608	Solo intrattenimento
Espansione Tv	Como, Lecco, Varese, Sondrio Novara, Ticino		58.989	3 Tg serali molto seguiti, rassegna stampa, approfondimento ogni sera
La 6	Varese, Como, Verbania	Rete 55		Numerosi Tg, approfondimento settimanale, 1 approfondimento dedicato a una località del varesino (Tradate, Gallarate, Busto, ecc.)
Rete 55	Milano, Varese, Pavia, Novara, Verbania		106.239	Numerosi Tg, approfondimento settimanale, 1 approfondimento dedicato a una località del varesino (Tradate, Gallarate, Busto, ecc.)
Telesette Laghi	Milano, Varese, Como, Lecco, Lodi, Pavia, Alessandria, Novara, Biella, Vercelli, Verbania			5 Tg, 1 approfondimento, rubrica gestita da Provincia di Varese e rubrica gestita da Presidenza del Consiglio Regionale
Telestar Lombardia	Milano, Como, Lecco, Varese, Pavia, Bergamo	Telemarket		Solo televendite
Videobergamo	Milano, Bergamo, Cremona, Lodi, Piacenza, Brescia, Verona, Mantova, Como, Lecco, Varese			1 Tg nazionale, 6 Tg su Bergamo, 1 Tg in lingue internazionali, 2 approfondimenti su Bergamo, 1 talk show

* i dati riferiti sono aggiornati a giugno 2009

** i contenuti informativi sono riportati sulla base dei palinsesti ufficiali comunicati dalle emittenti.

3.2.2. Radio

La radiofonia è il tipo di trasmissione più adatto per fornire un'informazione immediata e capillare: la trasportabilità degli apparecchi di trasmissione, la diffusione quasi totale degli apparecchi sulle automobili, la possibilità di ascoltare molti tipi di radio anche senza corrente elettrica grazie ad un basso consumo delle batterie e la facilità di ricezione anche con apparecchi di basso costo e ingombro, rende la radio (intesa come trasmissione di contenuti in modulazione di frequenza FM) uno strumento fondamentale per il tipo di comunicazione di cui questa ricerca tratta.

La presenza di una conduzione radiofonica costante e di una redazione impegnata nella ricezione delle notizie, garantisce ovviamente una comunicazione più

completa e la possibilità di interazione con l'emittente e, di conseguenza, con l'ascoltatore, per fornire la migliore informazione, ma anche emittenti che trasmettono (prevalentemente o del tutto) attraverso regia automatica possono garantire un'efficace comunicazione utilizzando alcuni accorgimenti tecnici.

Le radio locali ascoltabili in Lombardia sono diverse decine, da quelle a diffusione regionale o sovraregionale fino a quelle con bacino di utenza comunale o zonale. Un elenco preciso ed aggiornato di queste emittenti è pressoché impossibile, poiché la nascita e la scomparsa delle radio più piccole sono all'ordine del giorno, così come cambi di denominazione o acquisti e passaggi di frequenze che riguardano anche radio più grandi. Il panorama è quindi variegato e complesso e in questa sede ci limiteremo a dare notizia delle emittenti più strutturate e seguite.

Prima di affrontare l'analisi nel dettaglio riteniamo importante sottolineare che in Lombardia, comprendendo sia gli ascolti delle radio nazionali che quelle locali, si registra il numero più alto di ascoltatori rispetto alle altre regioni italiane, mantenendo la medesima proporzione che si riscontra tra la popolazione lombarda e quella totale italiana (16% circa). La percentuale di ascoltatori di radio locali in Lombardia rispetto agli ascoltatori di radio nazionali è pari al 37%, in linea con le altre regioni del Nord Italia. Al Sud, in particolare in Puglia, la percentuale può invece salire al 50%, a dimostrazione di come molte radio nazionali mantengano un forte radicamento al Nord Italia e scontino, al contrario, una certa difficoltà di penetrazione nelle regioni del Sud.

L'analisi partirà, come per le televisioni, dall'area di copertura e prenderà in considerazione (qualora i dati siano reperibili) il numero di ascoltatori, l'offerta informativa e la presenza di conduzione e redazione.

Tabella 3.3 - Radio a diffusione regionale o sovra regionale con ascolti localizzati prevalentemente in Lombardia

RADIO LOMBARDIA						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
105 Classics	Hazan		37k ***	Tutto il giorno	Presente	solo musica ma disponibilità alla trasmissione di contenuti informativi
Discoradio	Rds	Lombardia, Emilia, Piemonte	879k (687k in Lombardia)	Tutto il giorno	Presente	diversi notiziari e numerosi spazi informativi
Gamma Radio		Lombardia, Piemonte, Toscana, Marche	126k (95k in Lombardia)	Tutto il giorno		Notiziari Cnr
Lifegate		Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta	354k (257k in Lombardia)	Programmi registrati	Presente	notiziari

RADIO LOMBARDIA						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Radio Lombardia			99k (90k in Lombardia)	Tutto il giorno	Presente	numerosi notiziari
Radio Popolare	Popolare Network		191k (178k in Lombardia)	Tutto il giorno	Presente	numerosi notiziari nazionali e locali, trasmissioni di approfondimento
Radio Studio Più		Lombardia, Emilia, Veneto, Marche, Trentino	195k (102k in Lombardia)	Quasi tutto il giorno	No	Solo musica
Radio Zeta		Lombardia, Emilia, Liguria, Piemonte, Toscana, Valle d'Aosta, Veneto	720k (421k in Lombardia)	Tutto il giorno	Presente	2 notiziari, programma mattutino anche informativo

Pur con un criterio diverso rispetto a quanto fatto per le televisioni, abbiamo completato un'analisi differenziata provincia per provincia per le emittenti radiofoniche, per le quali molto spesso, però, non esiste continuità di copertura territoriale a causa della diversa dislocazione dei ripetitori, delle potenze differenti per l'emissione dei segnali e del sovrapporsi delle frequenze con conseguenti differenze anche molto grandi di ascolto tra zone fra loro distanti poche centinaia di metri.

L'analisi, di conseguenza, procederà dalle emittenti ascoltabili nei capoluoghi di provincia o nella maggior parte dell'area della provincia, con un'appendice riguardante radio di minori dimensioni.

Tabella 3.4 – Radio a diffusione provinciale, zonale o sovra provinciale:

RADIO MILANO						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Azzurra Fm		Milano, Pavia, Varese e Piemonte Orientale		Tutto il giorno	Si	Notiziari nazionali
Kristall Radio		Milano		Parte della giornata	No	2 notiziari presi da Rtsi
Malvisi Network		Tutta la regione escluso Nord Ovest		Quasi tutto il giorno	No	Solo musica, pochi notiziari non di propria produzione
Milan Inter RadioTv		Milano, Lecco, Valchiavenna e Bormio		Tutto il giorno	Presente	Solo musica e sport
Radio Città Bollate	Circuito in Blu	Milano e hinterland Nord		Parte della giornata	No	Alcuni notiziari serali

RADIO MILANO						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Radio Hinterland	Circuito in Blu	Milano e hinterland Sud		Tutto il giorno 8-22	Presente	9 notiziari locali, 2 generali, approfondimenti locali
Radio Marconi	Novaradio	Tutta la regione escluse Brescia-Mantova	41k **	Quasi tutto il giorno	Presente	notiziari
Radio Meneghina		Milano		Tutto il giorno	Presente	3 notiziari generali, trasmissioni su Milano e notiziario sulle attività dell'amministrazione comunale
Radio Milano		Milano, Como, Lecco, Lodi, Pavia, Varese, Monza, Piemonte orientale		Tutto il giorno	Presente	5 notiziari sulla città, 5 notiziari nazionali, 2 notiziari sulla viabilità e 2 su Atm.
Radio Millennium Milano		Milano, Lecco, Varese e provincia		Quasi tutto il giorno	Presente	centrata sull'informazione cittadina, 32 notiziari quotidiani
Radio Mondo		Milano, Pavia, Varese e Piemonte Orientale		Solo alcuni programmi	No	4 notiziari regionali da Cnr, notiziari nazionali da Cnr
Radio Onda d'Urto		Milano, Brescia, provincia di Bergamo, Mantova, Cremona, Veneto occidentale		Tutto il giorno	Presente	Numerosi notiziari, approfondimenti e rassegne stampa, più che altro di carattere locale
Radio Planet FM		Milano, Como, Varese, Lecco, Pavia, Piemonte orientale		No (in corso di ristrutturazione)	Presente	La radio è in corso di ristrutturazione sia per i palinsesti sia per il lavoro redazionale
Radio Reporter		Milano, Lodi, Pavia, Cremona, Varese, Como e Piemonte orientale		Tutto il giorno	Presente	notiziari Cnr
Radio Sound Milano		Milano, Lodi, Pavia		Tutto il giorno	No	Solo conduzione musicale
Radio Trs		Tutta la regione escluse Sondrio e Brescia		Quasi tutto il giorno	Si	Poca

RADIO MILANO						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Rete Kappa		Provincia di Milano, Varese, Como, Brianza, Pavia, Piemonte orientale	80k ****	Poca	No	Poca
Sport Radio Energi	Sportitalia	Tutta la regione esclusa Mantova		Tutto il giorno	Presente	Focus sullo sport
Viva FM		Tutta la regione escluse province di Sondrio, Lecco e Lodi	173k (117k in Lombardia)	Tutto il giorno	No	Solo conduzione musicale

RADIO BERGAMO						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Malvisi Network		Tutta la regione escluso Nord Ovest		Quasi tutto il giorno	No	Solo musica, pochi notiziari non di propria produzione
Radio Alta	Eco di Bergamo	Bergamo, Cremona, Lecco, Lodi		Tutto il giorno	Presente	Alcuni notiziari ed approfondimenti locali
Radio Antenna 2		Bergamo		Quasi tutto il giorno	Presente	7 notiziari nazionali
Radio Bergamo	Radio Number One	Bergamo, Lodi		Poca	No	Musica e poca informazione locale
Radio Birikina		Brescia, Mantova, Cremona, Lodi, Bergamo e Est Milano		Tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali e locali da Cnr
Radio Cittanova	Circuito in Blu	Bergamo, Cremona, Lodi		Tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali e locali con News Press
Radio E	Circuito in Blu	Bergamo, parte della provincia di Cremona e di Lodi		Quasi tutto il giorno	Presente	Focus su Bergamo e sulla Chiesa
Radio Lodi	Circuito in Blu	Bergamo, Lodi, Sud Milano		Quasi tutto il giorno	Presente	notiziari locali e nazionali, approfondimenti su Lodi
Radio Marconi	Novaradio	Tutta la regione escluse Brescia-Mantova	41k **	Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari e informazioni delle diocesi

RADIO BERGAMO						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Radio Millenote	Radio Number One	Bergamo, Brescia, Pavia e Mantova		Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali ogni ora, brevi di cronaca locale, speciali settimanali su argomenti importanti
Radio Onda d'Urto		Milano, Brescia, provincia di Bergamo, Mantova, Cremona, Veneto occidentale		Tutto il giorno	Presente	Numerosi notiziari, approfondimenti e rassegne stampa, più che altro di carattere locale
Radio Pianeta	Circuito in Blu	Bergamo, Cremona		nn	nn	nn
Radio Ponte International		Bergamo, Lodi		nn	nn	nn
Radio Ponte Manerbio		Brescia, Bergamo e Est Milano		nn	nn	nn
Sport Radio Energi	Sportitalia	Tutta la regione esclusa Mantova		Tutto il giorno	Presente	Focus sullo sport
Viva FM		Tutta la regione escluse province di Sondrio, Lecco e Lodi	173k (117k in Lombardia)	Tutto il giorno	No	Solo conduzione musicale

RADIO BRESCIA						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Ecz	Circuito In Blu	Brescia		Quasi tutto il giorno	Presente	8 appuntamenti su Brescia, 3 notiziari locali, Rassegna Stampa
Malvisi Network		Tutta la regione escluso Nord Ovest		Quasi tutto il giorno	No	Solo musica, pochi notiziari non di propria produzione
Radio Birikina		Brescia, Mantova, Cremona, Lodi, Bergamo e Est Milano		Tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali e locali da Cnr
Radio Brescia 7	Giornale di Brescia	Brescia, Cremona, Lodi		Quasi tutto il giorno	Presente	8 notiziari locali, 10 notiziari nazionali
Radio Circuito 29		Brescia, Cremona, Mantova, Nord Emilia, Est Veneto		Quasi tutto il giorno	Presente	9 notiziari locali e 9 nazionali
Radio Classica Bresciana	Giornale di Brescia	Brescia, Mantova		No	No	Solo musica classica

RADIO BRESCIA						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Radio Millenote	Radio Number One	Bergamo, Brescia, Pavia e Mantova		Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali ogni ora, brevi di cronaca locale, speciali settimanali su argomenti importanti
Radio Onda d'Urto		Milano, Brescia, provincia di Bergamo, Mantova, Cremona, Veneto occidentale		Tutto il giorno	Presente	Numerosi notiziari, approfondimenti e rassegne stampa, più che altro di carattere locale
Radio Ponte Manerbio	Circuito In Blu	Brescia, Bergamo e Est Milano		nn	nn	nn
Radio Reporter		Milano, Lodi, Pavia, Brescia Sud, Cremona, Varese, Como e Piemonte orientale		Tutto il giorno	Presente	notiziari Cnr
Radio Vera		Brescia		Sempre	Presente	Numerosi notiziari e disponibilità per la trasmissione di informazioni locali
Radio Voce	Circuito In Blu	Brescia, bergamasca orientale		nn	nn	Radio diocesana di Brescia
Sport Radio Energi	Sportitalia	Tutta la regione esclusa Mantova		Tutto il giorno	Presente	Focus sullo sport
Viva FM		Tutta la regione escluse province di Sondrio, Lecco e Lodi	173k (117k in Lombardia)	Tutto il giorno	No	Solo conduzione musicale

RADIO COMO						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Ciao Como Radio		Como	20k ****	Tutto il giorno	Presente	Notiziari e numerose rubriche, disponibilità per la trasmissione di informazione locale
Malvisi Network		Tutta la regione escluso Nord Ovest		Quasi tutto il giorno	No	Solo musica, pochi notiziari non di propria produzione
Radio Bellagio 103		Como, Lecco, Sondrio		Poca	No	1 notiziario nazionale e 1 locale
Radio City	Telecity 7 Gold	Radio piemontese con frequenza anche su Pavia e Lombardia occidentale		Quasi tutto il giorno	No	Gr nazionali e informazioni su meteo e traffico dedicate al basso piemonte

RADIO COMO						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Radio Marconi	Novaradio	Tutta la regione escluse Brescia-Mantova	41k **	Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari
Radio Marconi	Novaradio	Tutta la regione escluse Brescia-Mantova	41k **	Quasi tutto il giorno	Presente	notiziari
Radio Milano		Milano, Como, Lecco, Lodi, Pavia, Varese, Monza, Piemonte orientale		Tutto il giorno	Presente	5 notiziari sulla città, 5 notiziari nazionali, 2 notiziari sulla viabilità e 2 su Atm.
Radio Planet FM		Milano, Como, Varese, Lecco, Pavia, Piemonte orientale		No (in corso di ristrutturazione)	Presente	La radio è in corso di ristrutturazione sia per i palinsesti sia per il lavoro redazionale
Radio Reporter		Milano, Lodi, Pavia, Cremona, Varese, Como e Piemonte orientale		Tutto il giorno	Presente	notiziari Cnr
Radio Superlecco - Rete 104		Como, Lecco, Valtellina, Valchiavenna		Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari Agr
Rete Kappa		Provincia di Milano, Varese, Como, Brianza, Pavia, Piemonte orientale	80k ****	Poca	No	Poca
Sport Radio Energi	Sportitalia	Tutta la regione esclusa Mantova		Tutto il giorno	Presente	Focus sullo sport
Viva FM		Tutta la regione escluse province di Sondrio, Lecco e Lodi	173k (117k in Lombardia)	Tutto il giorno	No	Solo conduzione musicale

RADIO CREMONA						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Ecz	In Blu	Brescia		Quasi tutto il giorno	Presente	8 appuntamenti su Brescia, 3 notiziari locali, Rassegna Stampa
Malvisi Network		Tutta la regione escluso Nord Ovest		Quasi tutto il giorno	No	Solo musica, pochi notiziari non di propria produzione
Radio Alta	Eco di Bergamo	Bergamo, Lecco, Cremona, Lodi		Tutto il giorno	Presente	Alcuni notiziari ed approfondimenti locali
Radio Antenna 5	Circuito in Blu	Cremona e Crema		nn	nn	nn

RADIO CREMONA						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Radio Birikina		Brescia, Mantova, Cremona, Lodi, Bergamo e Est Milano		Tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali e locali da Cnr
Radio Brescia 7	Giornale di Brescia	Brescia, Cremona, Lodi		Quasi tutto il giorno	Presente	8 notiziari locali, 10 notiziari nazionali
Radio Bruno		Cremona, Mantova, Bresciano meridionale, Emilia, Toscana		Tutto il giorno	Presente	numerosi notiziari e appuntamenti informativi da varie redazioni
Radio Circuito 29		Brescia, Cremona, Mantova, Nord Emilia, Est Veneto		Quasi tutto il giorno	Presente	9 notiziari locali e 9 nazionali
Radio Cittanova	Circuito in Blu	Bergamo, Cremona, Lodi		Tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali e locali con News Press
Radio E	Circuito in Blu	Bergamo, parte della provincia di Cremona e di Lodi		Quasi tutto il giorno	Presente	Focus su Bergamo e sulla Chiesa
Radio Fiore		Cremona, Lodi		nn	nn	nn
Radio Marconi	Novaradio	Tutta la regione escluse Brescia-Mantova	41k **	Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari
Radio Millenote	Radio Number One	Bergamo, Brescia e Mantova		Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali ogni ora, brevi di cronaca locale, speciali settimanali su argomenti importanti
Radio Monte Kanate		Cremona, Mantova, alta Emilia		Tutto il giorno	Presente	Solo musica
Radio Pianeta		Bergamo, Cremona		nn	nn	nn
Radio Pico		Mantova, Cremona, Veneto		Tutto il giorno	Presente	numerosi notiziari locali e nazionali, approfondimenti informativi
Radio Reporter		Milano, Lodi, Pavia, Cremona, Varese, Como e Piemonte orientale		Tutto il giorno	Presente	notiziari Cnr
Radio Sound 95		Cremona, Lodi e Piacenza		Quasi tutto il giorno	Presente	Focus su Piacenza, numerosi notiziari
Sport Radio Energi	Sportitalia	Tutta la regione esclusa Mantova		Tutto il giorno	Presente	Focus sullo sport
Viva FM		Tutta la regione escluse province di Sondrio, Lecco e Lodi	173k (117k in Lombardia)	Tutto il giorno	No	Solo conduzione musicale

RADIO LECCO						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Radio Marconi	Novaradio	Tutta la regione escluse Brescia-Mantova	41k **	Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari
Radio Milano		Milano, Como, Lecco, Lodi, Pavia, Varese, Monza, Piemonte orientale		Tutto il giorno	Presente	5 notiziari sulla città, 5 notiziari nazionali, 2 notiziari sulla viabilità e 2 su Atm.
Viva FM		Tutta la regione esclusa provincia di Sondrio, propaggini nelle regioni limitrofe		Tutto il giorno	No	Solo conduzione musicale
Rete Kappa		Provincia di Milano, Varese, Como, Brianza, Pavia, Piemonte orientale	80k ****	Poca	No	Poca
Radio Superlecco - Rete 104		Como, Lecco, Valtellina, Valchiavenna		Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari Agr
Sport Radio Energi	Sportitalia	Tutta la regione esclusa Mantova		Tutto il giorno	Presente	Focus sullo sport
Radio Millennium Milano		Milano, Lecco, Varese e provincia		Quasi tutto il giorno	Presente	centrata sull'informazione cittadina, 32 notiziari quotidiani
Radio Leccocittà Continental		Lecco		nn	Presente	Settimanale di informazione su Lecco
Radio Calolzio		Lecco e bergamasca		Poca	Presente	4 notiziari nazionali, 1 locale, approfondimenti
Milan Inter RadioTv		Milano, Lecco, Valchiavenna e Bormio		Tutto il giorno	Presente	Solo musica e sport
Radio Stella		Lecco, parte della provincia di Como, Sondrio		Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari anche locali con approfondimenti sul lecchese
Radio Alta	Eco di Bergamo	Bergamo, Cremona, Lecco, Lodi		Tutto il giorno	Presente	Alcuni notiziari ed approfondimenti locali
Radio Bellagio 103		Como, Lecco, Sondrio		Poca	No	1 notiziario nazionale e 1 locale
Radio Reporter		Milano, Lodi, Pavia, Cremona, Varese, Como e Piemonte orientale		Tutto il giorno	Presente	notiziari Cnr

RADIO LODI						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Radio Marconi	Novaradio	Tutta la regione escluse Brescia-Mantova	41k **	Quasi tutto il giorno	Presente	notiziari
Radio Milano		Milano, Como, Lecco, Lodi, Pavia, Varese, Monza, Piemonte orientale		Tutto il giorno	Presente	5 notiziari sulla città, 5 notiziari nazionali, 2 notiziari sulla viabilità e 2 su Atm.
Viva FM		Tutta la regione esclusa provincia di Sondrio, propaggini nelle regioni limitrofe		Tutto il giorno	No	Solo conduzione musicale
Milan Inter RadioTv		Milano, Lecco, Valchiavenna e Bormio		Tutto il giorno	Presente	Solo musica e sport
Sport Radio Energi	Sportitalia	Tutta la regione esclusa Mantova		Tutto il giorno	Presente	Focus sullo sport
Radio Reporter		Milano, Lodi, Pavia, Cremona, Varese, Como e Piemonte orientale		Tutto il giorno	Presente	notiziari Cnr
Radio Mondo		Milano, Pavia, Varese e Piemonte Orientale		Solo alcuni programmi	No	4 notiziari regionali da Cnr, notiziari nazionali da Cnr
Malvisi Network		Tutta la regione escluso Nord Ovest		Quasi tutto il giorno	No	Solo musica, pochi notiziari non di propria produzione
Radio Trs		Tutta la regione escluse Sondrio e Brescia		Quasi tutto il giorno	Si	Poca
Radio Sound Milano		Milano, Lodi, Pavia		Tutto il giorno	No	Solo conduzione musicale
Radio Antenna 5		Lodi, Crema		nn	Si	Informazione locale su Crema
Radio Super Hit		Sud Milano, Lodi	44k **	Quasi tutto il giorno	S'	notiziari ogni 30 minuti, traffico e rubriche
Radio Lodi		Bergamo, Lodi, Sud Milano		Quasi tutto il giorno	Presente	notiziari locali e nazionali, approfondimenti su Lodi
Radio Bergamo	Radio Number One	Bergamo		Poca	No	Musica e poca informazione locale

RADIO LODI						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Radio Millenote	Radio Number One	Bergamo, Brescia e Mantova		Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali ogni ora, brevi di cronaca locale, speciali settimanali su argomenti importanti
Radio Birikina		Brescia, Mantova, Cremona, Lodi, Bergamo e Est Milano		Tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali e locali da Cnr
Radio Cittanova	Circuito in Blu	Bergamo, Cremona, Lodi		Tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali e locali con News Press
Radio Fiore		Cremona, Lodi		nn	nn	nn
Radio E	Circuito in Blu	Bergamo, parte della provincia di Cremona e di Lodi		Quasi tutto il giorno	Presente	Focus su Bergamo e sulla Chiesa
Radio Sound 95		Cremona, Lodi e Piacenza		Quasi tutto il giorno	Presente	Focus su Piacenza, numerosi notiziari
Radio Brescia 7	Giornale di Brescia	Brescia, Cremona, Lodi		Quasi tutto il giorno	Presente	8 notiziari locali, 10 notiziari nazionali
Radio Bergamo	Radio Number One	Bergamo, Lodi		Poca	No	Musica e poca informazione locale
Radio Alta	Eco di Bergamo	Bergamo, Cremona, Lecco, Lodi		Tutto il giorno	Presente	Alcuni notiziari ed approfondimenti locali
Radio Ponte International		Bergamo, Lodi		nn	nn	nn

RADIO MANTOVA						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Malvisi Network		Tutta la regione escluso Nord Ovest		Quasi tutto il giorno	No	Solo musica, pochi notiziari non di propria produzione
Radio Base	Popolare Network	Mantova, Veneto		Tutto il giorno	Presente	Notiziari del network di Radio Popolare
Radio Bella & Monella		Mantova, Veneto, Friuli		Tutto il giorno	Presente	Notiziari locali e nazionali Cnr
Radio Birikina		Brescia, Mantova, Cremona, Lodi, Bergamo e Est Milano		Tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali e locali da Cnr
Radio Brescia 7	Giornale di Brescia	Brescia, Cremona, Lodi		Quasi tutto il giorno	Presente	8 notiziari locali, 10 notiziari nazionali

RADIO MANTOVA						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Radio Bruno		Cremona, Mantova, Bresciano meridionale, Emilia, Toscana		Tutto il giorno	Presente	numerosi notiziari e appuntamenti informativi da varie redazioni
Radio Circuito 29		Brescia, Cremona, Mantova, Nord Emilia, Est Veneto		Quasi tutto il giorno	Presente	9 notiziari locali e 9 nazionali
Radio Classica Bresciana	Giornale di Brescia	Brescia, Mantova		No	No	Solo musica classica
Radio Laghi	Circuito In Blu	Mantova		Tutto il giorno	Presente	Notiziari del circuito e focus sulla diocesi di Mantova
Radio Mantova News		Mantova		Tutto il giorno	Presente	Notiziari e approfondimenti su Mantova
Radio Millenote	Radio Number One	Bergamo, Brescia, Pavia e Mantova		Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali ogni ora, brevi di cronaca locale, speciali settimanali su argomenti importanti
Radio Monte Kanate		Cremona, Mantova, alta Emilia		Tutto il giorno	Presente	Solo musica
Radio Pico		Mantova, Cremona, Veneto		Tutto il giorno	Presente	numerosi notiziari locali e nazionali, approfondimenti informativi
Radio San Bonifacio		Mantova e Veneto		Tutto il giorno	Presente	Notiziari con focus sul Veneto
Radio SorRiso		Mantova, Veneto, Friuli		Tutto il giorno	Presente	Notiziari locali e nazionali Cnr
Radio Virgilio		Mantova		nn	nn	nn
Viva FM		Tutta la regione escluse province di Sondrio, Lecco e Lodi	173k (117k in Lombardia)	Tutto il giorno	No	Solo conduzione musicale

RADIO PAVIA						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Otto FM		Varese, Pavia		nn	nn	nn
Radio Alta	Eco di Bergamo	Bergamo, Cremona, Lecco, Lodi		Tutto il giorno	Presente	Alcuni notiziari ed approfondimenti locali
Radio City	Telecity 7 Gold	Radio piemontese con frequenza anche su Pavia e Lombardia occidentale		Quasi tutto il giorno	No	Gr nazionali e informazioni su meteo e traffico dedicate al basso piemonte
Radio Gamma Pavia		Pavia e piacentino		nn	nn	Attenzione all'informazione su Pavia
Radio Inchiesta		Pavia e Sud Milano		nn	nn	Informazioni del circuito In Blu
Radio Inn Piacenza		Pavia, Piacenza		Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali e locali, focus su Piacenza
Radio Milano		Milano, Como, Lecco, Lodi, Pavia, Varese, Monza, Piemonte orientale		Tutto il giorno	Presente	5 notiziari sulla città, 5 notiziari nazionali, 2 notiziari sulla viabilità e 2 su Atm.
Radio Millenote	Radio Number One	Bergamo, Brescia, Pavia e Mantova		Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali ogni ora, brevi di cronaca locale, speciali settimanali su argomenti importanti
Radio Mondo		Milano, Pavia, Varese e Piemonte Orientale		Solo alcuni programmi	No	4 notiziari regionali da Cnr, notiziari nazionali da Cnr
Radio Planet FM		Milano, Como, Varese, Lecco, Pavia, Piemonte orientale		No (in corso di ristrutturazione)	Presente	La radio è in corso di ristrutturazione sia per i palinsesti sia per il lavoro redazionale
Radio Reporter		Milano, Lodi, Pavia, Cremona, Varese, Como e Piemonte orientale		Tutto il giorno	Presente	notiziari Cnr
Radio Sound Milano		Milano, Lodi, Pavia		Tutto il giorno	No	Solo conduzione musicale
Radio Ticino Pavia	Circuito In Blu	Pavia		nn	Presente	Disponibilità per la messa in onda di informazioni locali
Radio Trs		Tutta la regione escluse Sondrio e Brescia		Quasi tutto il giorno	Si	Poca
Radio Voghera		Pavia		Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali e approfondimenti su Voghera
Sport Radio Energi	Sportitalia	Tutta la regione esclusa Mantova		Tutto il giorno	Presente	Focus sullo sport
Viva FM		Tutta la regione escluse province di Sondrio, Lecco e Lodi	173k (117k in Lombardia)	Tutto il giorno	No	Solo conduzione musicale

RADIO SONDRIO						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Radio Bellagio 103		Como, Lecco, Sondrio		Poca	No	1 notiziario nazionale e 1 locale
Radio Marconi	Novaradio	Tutta la regione escluse Brescia-Mantova	41k **	Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari
Radio Stella		Lecco, parte della provincia di Como, Sondrio		Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari anche locali con approfondimenti sul lecchese
Radio Superlecco - Rete 104		Como, Lecco, Valtellina, Valchiavenna		Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari Agr
Radio Tele Sondrio News		Sondrio		nn	nn	nn
Radio Valle camonica		Sondrio, Nord bresciano e Nord bergamasca		Quasi tutto il giorno	Presente	Notiziari nazionali

RADIO VARESE						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Azzurra Fm		Milano, Pavia, Varese e Piemonte Orientale		Tutto il giorno	Si	Notiziari nazionali
Blu Radio		Varese e Provincia oltre a Piemonte orientale		Quasi tutto il giorno	Si	Notiziari nazionali e locali
Otto FM		Varese, Pavia		nn	nn	nn
Radio Lupo Solitario		Varese		Serale	nn	Solo musica
Radio Marconi	Novaradio	Tutta la regione escluse Brescia-Mantova	41k **	Quasi tutto il giorno	Presente	notiziari
Radio Milano		Milano, Como, Lecco, Lodi, Pavia, Varese, Monza, Piemonte orientale		Tutto il giorno	Presente	5 notiziari sulla città, 5 notiziari nazionali, 2 notiziari sulla viabilità e 2 su Atm.
Radio Millennium Milano		Milano, Lecco, Varese e provincia		Quasi tutto il giorno	Presente	centrata sull'informazione cittadina, 32 notiziari quotidiani
Radio Missione Franciscana	Circuito In Blu	Varese		Tutto il giorno	Si	focus religioso e alcuni notiziari nazionali, disponibilità alla trasmissione di notiziari informativi

RADIO VARESE						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Radio Mondo		Milano, Pavia, Varese e Piemonte Orientale		Solo alcuni programmi	No	4 notiziari regionali da Cnr, notiziari nazionali da Cnr
Radio News		Provincia di Varese		Tutto il giorno	Presente	Molte informazioni sulla provincia di Varese
Radio Planet FM		Milano, Como, Varese, Lecco, Pavia, Piemonte orientale		No (in corso di ristrutturazione)	Presente	La radio è in corso di ristrutturazione sia per i palinsesti sia per il lavoro redazionale
Radio Reporter		Milano, Lodi, Pavia, Cremona, Varese, Como e Piemonte orientale		Tutto il giorno	Presente	notiziari Cnr
Radio Ritmo		Varese		nn	nn	nn
Rete Kappa		Provincia di Milano, Varese, Como, Brianza, Pavia, Piemonte orientale	80k ****	Poca	No	Poca
Rto		Varese e Piemonte orientale		Poca	No	Solo musica
Viva FM		Tutta la regione escluse province di Sondrio, Lecco e Lodi.	173k (117k in Lombardia)	Tutto il giorno	No	Solo conduzione musicale

RADIO CON COPERTURA ZONALE O LIMITATA						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Pienneradio	Circuito In Blu	Sud Bergamo		nn	nn	Tutto circuito In Blu
Radio Alfa	Circuito In Blu	Tra il bresciano e il mantovano		Quasi tutto il giorno	S'	Notiziari ogni ora
Radio Cernusco Stereo	Circuito In Blu	Est Milano		nn	nn	Disponibilità per la trasmissione di informazioni locali
Radio Claronda	Circuito In Blu	Chiari		nn	nn	nn
Radio Magenta	Circuito In Blu	Magentino e Castanese		nn	nn	nn
Radio Ok Melzo	Circuito In Blu	Nord-Est Milano e limitrofe nelle province di Bergamo, Brescia e Cremona		nn	nn	Disponibilità per la trasmissione di informazioni locali

RADIO CON COPERTURA ZONALE O LIMITATA						
Nome	Gruppo	Copertura	Ascolti *	Conduzione	Redazione	Stato dell'informazione
Radio Orizzonti	Circuito In Blu	Sud Varese, Sud Como, Nord Milano		nn	nn	nn
Radio Panda		Nord Milano		Quasi tutto il giorno	Sì	Informazione locale con approfondimenti
Radio Punto	Circuito In Blu	Nord-Est Brescia		nn	nn	nn
Radio Raphael	Circuito In Blu	Tra il bresciano e la bergamasca		nn	nn	nn
Radio Trasmissioni Mortara		Lomellina				Ha interrotto le trasmissioni
RBV Radio Basilica Verolanuova	Circuito In Blu	Bassa bresciana centrale		nn	nn	Tutto circuito In Blu
Trm	Circuito In Blu	Castanese e Magentino		Poca	No	solo di ambito locale durante le trasmissioni

Note:

* dati rilevati da Audiradio nel 2009 tranne dove espressamente evidenziato

** dato rilevato da Audiradio nel 2006

*** dato rilevato da Audiradio nel 2005

**** dato riferito dall'emittente nel 2007

3.2.3 Stampa

La diffusione dei quotidiani locali in Lombardia è certamente minore rispetto ad altre regioni dove il giornale regionale o cittadino talvolta rappresenta il primo mezzo di informazione acquistato in edicola (nel Lazio il quotidiano Il Messaggero ha una diffusione più che doppia rispetto a La Repubblica e tripla rispetto a Il Corriere della Sera, ossia il quotidiano più venduto in Italia¹⁷), ma è comunque una realtà molto diffusa soprattutto al di fuori di Milano.

Come già detto nel paragrafo introduttivo¹⁸, una delle spiegazioni di questo dato è da ricercarsi nella grande diffusione in Lombardia di quotidiani nazionali nati proprio a Milano, su tutti Il Corriere della Sera e La Gazzetta dello Sport.

Al di fuori di queste due testate, che assorbono circa il 25% dei lettori lombardi dei quotidiani¹⁹, in Lombardia il terzo quotidiano a pagamento più diffuso è La Repubblica (5% dei giornali venduti), altro giornale nazionale.

Sia il Corriere che la Repubblica contengono ogni giorno pagine dedicate alla Lombardia (sebbene siano più specificatamente concentrate su Milano), realizzate

¹⁷ Dati Audipress primo semestre 2008.

¹⁸ Cfr. 3.1. Media Nazionali

¹⁹ Questi dati non tengono conto della scelta di acquistare più di un giornale contemporaneamente, ma risultano comunque indicativi per gli scopi di questa ricerca.

da una specifica redazione dedicata all'informazione locale.

Approfondendo l'analisi alle singole province, si evince che i due giornali nazionali più diffusi (poiché abbiamo ovviamente scelto di non considerare La Gazzetta dello Sport nell'ambito di questa ricerca per via del suo specifico e limitato interesse all'ambito sportivo) concentrano le loro vendite soprattutto nella provincia di Milano: Il Corriere della Sera vende il 60% delle copie distribuite in Lombardia nell'area del capoluogo (dove risiede il 32% della popolazione e il 40% dei lettori di quotidiani) mentre La Repubblica vende a Milano esattamente la metà delle copie diffuse in tutta la regione.

La grande diffusione dei quotidiani gratuiti ha scompaginato buona parte delle abitudini dei lettori della stampa anche in Lombardia, anche e soprattutto per le modalità di distribuzione di questi fogli e per la diversa abitudine di lettura.

Secondo i dati del 2008, dopo Il Corriere della Sera (1.226.000 di lettori²⁰) e La Gazzetta dello Sport (870.000) e prima de La Repubblica (404.000), i quotidiani più diffusi sono Leggo, Metro e City (rispettivamente 683.000, 682.000 e 617.000).

Oltre a questi fattori, l'esposizione delle cifre riguardanti la diffusione dei giornali in Lombardia deve anche tenere conto di un numero piuttosto alto di fogli locali con scarsi numeri di vendita rispetto ai giornali più venduti (e conseguente mancata rilevazione da parte di Audipress) ma con una forte penetrazione nelle realtà locali più piccole.

Secondo i dati Audipress, oltre i quotidiani nazionali già citati, i quotidiani locali più letti in Lombardia sono i seguenti:

- Il Giornale di Brescia (386.000 lettori)
- L'Eco di Bergamo (354.000)
- Il Giorno (309.000)
- La Provincia (sommando le edizioni di Como, Lecco, Sondrio e Varese) (320.000)
- La Prealpina (193.000*)
- La Gazzetta di Mantova (170.000)
- La Provincia Pavese (148.000)
- La Provincia di Cremona (145.000)

* I dati dei lettori de La Provincia sono diffusi dallo stesso giornale

Nella provincia di Milano l'unico giornale locale di una certa diffusione è Il Giorno (con 185.000 copie, situandosi poco sotto la quota di La Repubblica, che vende 202.000 copie a Milano) mentre, come detto, la stragrande maggioranza dei lettori si concentra sul Corriere della Sera (729.000)

In provincia di Bergamo, invece, è L'Eco di Bergamo a raccogliere di gran lunga il maggior numero di lettori (344.000, pari a poco meno del 50%) mentre nessuno degli altri giornali (sempre escludendo la Gazzetta dello Sport) supera il 10% dei lettori.

²⁰ Il numero di lettori rilevati da Audipress è distante e alquanto superiore rispetto al numero di copie tirate, poiché si tiene conto dei dati rilevati tramite sondaggi e di altri fattori diversi.

A Brescia il Giornale di Brescia è letto da 378.000 lettori, pari al 37%. Agli altri quotidiani sono lasciate cifre piuttosto basse, con percentuali ancora più basse rispetto ai dati di Bergamo.

Stessa situazione a Cremona, dove la Provincia di Cremona raccoglie circa il 44% dei lettori e a Como, dove la percentuale di lettori de La Provincia di Como è pari a circa il 31% dei lettori complessivi.

A Lecco, invece, i lettori de La Provincia di Lecco sono 68.000, percentualmente meno rispetto al totale dei lettori in confronto al resto delle province poiché in questa provincia sono piuttosto numerosi i lettori de Il Giorno (18.000, il triplo dei lettori bresciani).

A Lodi è molto diffuso Il Cittadino, quotidiano la cui diffusione non è monitorata da Audipress, ma che raccoglie un numero piuttosto consistente di lettori.

Anche a Mantova si registra lo stesso trend della maggior parte delle altre province lombarde, con un consistente numero di lettori (164.000, pari al 47% del totale) che segue La Gazzetta di Mantova.

La Provincia Pavese è letta dal 31% dei lettori di quotidiani residenti in provincia di Pavia, mostrando quindi percentuali simili a quelle delle altre province, mentre in provincia di Sondrio la percentuale di lettori del quotidiano La Provincia di Sondrio è di poco più bassa (28% circa).

A Varese nessuno dei giornali censiti da Audipress risulta diffuso in più del 10% della popolazione. Come per Lodi, infatti, la grande maggioranza dei lettori residenti legge un foglio per cui non è monitorata la diffusione, ossia La Prealpina, che, stando ai dati diffusi dall'editore, è letto da circa 193.000 lettori nel giorno medio (quasi il triplo dei lettori del Corriere della Sera, secondo quotidiano più diffuso) pur considerando una distribuzione che copre anche le province di Milano e Como.

Un ultimo dato importante riguarda i quotidiani gratuiti Leggo, City e Metro, diffusi quasi esclusivamente in provincia di Milano (tra il 75 e l'80% dei lettori lombardi) mentre E Polis, altro quotidiano gratuito, è diffuso anche nelle province di Brescia e Bergamo grazie a edizioni particolari dedicate alle città.

Come già anticipato, esistono numerosi altri fogli locali diffusi sul territorio, specificatamente dedicati all'informazione di singoli comuni o di zone di ampiezza medio-piccola (es.: Settegiorni Bollate, Il Giornale di Desio, Il Giornale di Merate, La Gazzetta del Sud Milano, ecc.) così come esistono giornali dedicati all'area settentrionale della penisola ma senza specifici focus sulla Lombardia (tra tutti La Padania, quotidiano politico della Lega Nord).

La conclusione di questa rapida analisi tende a sottolineare ancora una volta la necessità di diffondere le informazioni attraverso i principali quotidiani locali, data la loro ampissima diffusione nelle rispettive province di competenza. Il risultato ottenuto con questa attività risulterebbe comunque valido a metà senza la necessaria diffusione sui principali quotidiani nazionali e, in particolare, sulle loro pagine locali, spesso assai ricche di informazioni sulle attività del territorio.

3.2.4. Agenzie di stampa

Ognuna delle agenzie di stampa nazionali dedica spazio alle informazioni locali e si occupa della loro distribuzione sul territorio. Buona parte di queste agenzie mettono a disposizione notiziari e aggiornamenti continui per chi ne fa richiesta e, conseguentemente, per la diffusione di una notizia è utile il contatto immediato con ciascuna di esse.

Le agenzie di stampa nazionali, comprendendo le redazioni italiane delle agenzie internazionali, sono più di venti (Ansa, Agi, Adnkronos, Reuters Italia, Asca, Age, Associated Press Italia, Apcom, Misna, Aise, AudioNews, Emmegi, Breaking News 24, Il Velino, Italtpress, Dire, 109press, Agr, Inedita, Canale Italia, Grt, Fidest, Agus e I Fatti).

Esiste anche OmniMilano, un'agenzia di stampa dedicata all'informazione in ambito locale, unica nel panorama, invero piuttosto variegato, delle agenzie locali in Italia.

Una comunicazione che proceda in direzione delle agenzie di stampa, in accompagnamento a quella inviata direttamente agli organi di informazione, permette comunque sia una ridondanza delle notizie sia la loro diffusione generata dalle stesse agenzie, che molto spesso si preoccupano del confezionamento di notiziari radiofonici e televisivi messi in onda da quelle emittenti che non possiedono una redazione propria per le news.

3.2.5. Siti di informazione locale

L'informazione viaggia sempre più attraverso Internet e il paesaggio dei portali di informazione sul web è immenso e estremamente diversificato anche in Italia. Ogni giornale quotidiano minimamente diffuso ha una propria versione on-line che accompagna (e spesso precede) quella cartacea; in molti casi viene istituita una redazione a sé stante, diversa da quella dedicata all'edizione cartacea e attiva per molte ore tutti i giorni, mentre è comunque normalmente garantita la possibilità per l'utente su web di accedere all'archivio delle notizie edite nei giorni precedenti.

Anche alcune emittenti radiofoniche e televisive distribuiscono contenuti informativi sui loro siti Internet, che diventano quindi qualcosa di più di una semplice presentazione dei palinsesti e dei programmi, dimostrando un forte

interesse per il territorio di competenza e permettendo l'avvio di un circolo virtuoso di alimentazione

Oltre alle versioni on-line dei quotidiani, delle agenzie di stampa e delle emittenti radiotelevisive, esistono numerosi siti dedicati all'informazione sia a livello nazionale che locale. Ad esempio numerosi portali che offrono una moltitudine di servizi (caselle e-mail, spazio virtuale per siti e blog, ecc.) diffondono informazioni, talvolta distribuite dalle agenzie di stampa, talaltra realizzate da redazioni specifiche (come Kataweb, facente parte del gruppo Espresso), spesso suddivise per regioni e province (es. Virgilio). Un altro esempio di siti internet dedicati all'informazione, piuttosto importante per la nostra tipologia di ricerca, raggruppa quei siti che si preoccupano di diffondere con criteri differenti (per esempio sfruttando parole chiave e suddividendo per territori via via più piccoli fino ad arrivare al singolo comune) informazioni dedotte dalle agenzie di stampa (ad esempio il sito www.giornaledizona.com).

Informazioni specifiche sulla Lombardia e/o di ambito locale, specialmente provinciale, sono a disposizione su un numero molto alto di siti, che presentiamo suddividendoli per tipologia e territorio di competenza. Ciascuno degli indirizzi segnalati offre contenuti informativi aggiornati più volte al giorno se non in tempo reale.

- Versioni on-line di giornali, radio e televisioni:
 - milano.corriere.it - Milano
 - www.ilgiorno.it - Milano
 - www.antenna3.it - Milano
 - www.metroitaly.it - Milano
 - www.radiolombardia.it - Milano
 - www.leggonline.it - Milano
 - www.milano.repubblica.it - Milano
 - www.ecodibergamo.it - Bergamo
 - www.giornaledibrescia.it - Brescia
 - www.teletutto.it - Brescia
 - www.bresciaoggi.it - Brescia
 - www.giornalevaltrompia.com - provincia di Brescia
 - www.laprovinciadico.com - Como
 - www.corrieredico.com - Como
 - www.laprovinciadicremona.it - Cremona
 - www.cronaca.it - Cremona e Crema
 - www.laprovinciadilecco.it - Lecco
 - www.illodigiano.it - Lodi
 - www.gazzettadimantova.quotidianiespresso.it - Mantova
 - www.laprovinciapavese.quotidianiespresso.it - Pavia
 - www.laprovinciadisonerio.it - Sondrio
 - www.prealpina.it - Varese
 - www.luceonline.org - Varese
 - www.lasettimanadisaronno.it - provincia di Varese

- Siti internet sganciati da altre redazioni e dedicati alle informazioni locali
- www.lombardianews.it - Lombardia
- www.tempi.it – Milano
- www.lamartesana.it - Milano
- www.laconca.org – Milano zona 5
- www2.unicatt.it – Milano
- www.bergamonews.it – Bergamo
- www.bergamosette.it – Bergamo
- www.bergamoblog.it - Bergamo
- www.gardanotizie.it – Brescia/Verona
- www.popolis.it – Brescia/Cremona/Mantova
- www.quibrescia.it – Brescia/Cremona/Mantova
- www.bresciasera.it - Brescia
- www.bresciaweb.com - Brescia
- www.bresciaonline.it - Brescia
- www.cremonaonline.it – Cremona
- www.cremonaweb.it - Cremona
- www.vascellocr.it - Cremona
- www.vivicantu.com – provincia di Como
- www.ciaocomo.it – Como
- www.merateonline.it – Provincia di Lecco
- www.lodionline.it - Lodi
- www.ilcittadinomonzabrianza.it – Monza e Brianza
- arengario.net – Monza e Brianza
- pavia.metropolisinfo.it – Pavia
- www.miapavia.it – Pavia
- www.inforete.it – Provincia di Pavia
- www.gazzettadisondrio.it - Sondrio
- sondrio.netweek.it – Sondrio
- www.sateliosnews.it - Varese
- www.varesefocus.it – Varese
- www.varesenews.it - Varese
- www.cittaoggiweb.it - Magentino
- www.settegiorni.it – Nord-Ovest

Il numero molto alto di siti presentati è chiara spia della richiesta di informazioni che arriva dal territorio e della capacità di offerta messa a disposizione dai giornalisti (ma spesso anche da cittadini che collaborano pur senza una preparazione giornalistica specifica). L'informazione in situazioni di emergenza non può prescindere dalla diffusione su questo canale che, mano a mano, diventa sempre più importante ed utilizzato.

3.3 I nuovi media

L'informazione al cittadino attraverso i nuovi media sarà oggetto di più ampia trattazione nella fase successiva della ricerca, quando l'analisi verterà sulla costruzione di un vero e proprio network per raggiungere in modo efficace e completo la cittadinanza in caso di situazioni di emergenza.

Riteniamo però importante sottolineare l'accresciuta importanza dei nuovi mezzi di comunicazione, sviluppatasi a posteriori dell'informatica e parallelamente ad essa, per la distribuzione di contenuti su larga scala ad un numero molto alto di utenti.

3.3.1. L'utilizzo attuale per la comunicazione di eventi di Protezione Civile

Già buona parte della comunicazione normalmente utilizzata dalla Sala Operativa Regionale sia in uscita che in entrata avviene utilizzando strumenti di comunicazione che possono essere definiti "nuovi media" sebbene siano entrati ormai nell'uso comune sia in ambito personale che lavorativo. Ci riferiamo ovviamente alle mail e agli sms nonché agli aggiornamenti operati sui siti internet istituzionali sia da parte della Protezione Civile della Regione Lombardia che da tutti gli altri enti facenti parte del sistema Protezione Civile.

Mail e sms sono tipici strumenti per la comunicazione "one-to-one" o, al più, "one-to-many", ossia con provenienza singola e diretti principalmente verso il singolo o comunque verso un singolo facente parte di un gruppo specifico (la "mailing list" o la "rubrica"). Tali formati risultano sommamente efficaci per una comunicazione puntuale diretta ad una persona (o ad un ente, in alcuni casi) che si presume interessata, pronta e preparata a ricevere l'informazione, poiché nella grande maggioranza dei casi, tale persona ha espresso preventivamente il consenso alla loro ricezione o ne conosce direttamente il mittente.

L'aggiornamento del sito internet istituzionale risulta invece un metodo di comunicazione "one-to-many" diretto ad una moltitudine di persone non necessariamente preparate alla lettura di quanto può essere scritto ed è quindi più facile definire questa come comunicazione "di massa", sebbene la natura di un sito internet come quelli degli enti locali o delle forze di soccorso e dell'ordine non sia di aggiornamento "in tempo reale" delle situazioni in atto ma piuttosto di presentazione e vetrina delle molteplici attività di questi enti.

La comunicazione di eventi di Protezione Civile, come ampiamente detto, avviene essenzialmente per tramite degli organismi di stampa degli enti locali e attraverso le attività dei vari uffici stampa (118, VVFF, ecc.) ed essi comunicano a loro volta con redazioni le quali utilizzano, tra i tanti, anche strumenti di nuova comunicazione ormai utilizzati da un numero molto alto di cittadini, soprattutto di giovane età (versioni on-line dei giornali ma anche siti di informazione autonomi). I dati relativi alla consultazione dei siti internet dei quotidiani italiani mostrano, peraltro, il crescente utilizzo di questo mezzo di comunicazione, tanto che, per la prima volta, nel 2009 i siti dei due maggiori quotidiani italiani (www.repubblica.it

e www.corriere.it) sono stati inseriti in WebTrend 2009²¹, la mappa dei domini più influenti del web²²: questi due siti vengono consultati ogni giorno da circa 1000 diversi utenti con oltre 10.000 pagine visitate. Nell'elenco dei siti internet dei quotidiani italiani più visitati compaiono anche alcuni siti di giornali prettamente locali come La Sicilia, Il Quotidiano della Calabria o La Gazzetta di Parma, a segnalare l'importanza dello strumento internet anche per la diffusione di informazioni locali.

3.3.2. Internet: siti, social network, feed RSS

In questo breve paragrafo compieremo un excursus sulle possibilità di sfruttamento della rete per la comunicazione di emergenze in tempo reale in modo rapido e diffuso.

L'utilizzo dei siti internet istituzionali è già un passo importantissimo per garantire una buona diffusione dell'informazione, poiché la creazione del contenuto nel corretto formato è già stata fatta. Il passaggio verso una comunicazione di massa transita attraverso il contatto diretto e senza mediazioni con una moltitudine di siti che garantiscano la diffusione automatica dell'informazione, accompagnando questo con ciò che già avviene grazie al lavoro delle agenzie di stampa e degli uffici stampa attualmente impegnati.

Attraverso questo lavoro, infatti, sono già raggiunte le redazioni di giornali e agenzie di stampa che danno informazioni anche attraverso i propri siti internet. Il passo successivo sarà lo stesso spiegato nei paragrafi precedenti²³, ossia il passaggio diretto dalla Sala Operativa alla redazione on-line.

Un rapido sguardo ai siti internet più "cliccati" in Italia mostra²⁴ la preponderanza dei cosiddetti "social network", il cui numero di accessi è largamente superiore a quello di qualsiasi altro sito dedicato all'informazione²⁵, a dimostrazione dell'uso via via più interattivo del web, entrato anche in Italia nella cosiddetta era 2.0²⁶.

Per raggiungere un grande numero di cittadini, quindi, potrebbe essere importante cercare un modo di comunicare sfruttando i social network, pur considerando che la natura stessa di questo tipo di siti impone un grande lavoro di penetrazione nel tessuto di contatti e relazioni utilizzando codici e strumenti poco consueti per

²¹ La WebTrendMap viene realizzata dall'agenzia giapponese Information Architects sulla base dei dati di traffico e di altri parametri per indicare i siti internet più influenti della rete.

²² Agcom, *Relazione annuale 2009*.

²³ Cfr. capitolo 2.2. e in particolare il paragrafo 2.2.3.

²⁴ I dati sono rilevati da Alexa Internet Inc., azienda sussidiaria di Amazon.com specializzata nella produzione di statistiche sul traffico Internet.

²⁵ Il ranking attuale (ottobre 2010) dei 100 siti più visti in Italia, mette al primo posto il motore di ricerca Google, al secondo il social network Facebook e al terzo il portale Youtube. Tra i siti dedicati all'informazione troviamo il sito del quotidiano La Repubblica all'11° posto e il Corriere della Sera al 14° posto.

²⁶ Con questo termine è stata indicata l'evoluzione della rete da un livello "statico" (fruizione passiva dei contenuti trasmessi via internet) ad uno "interattivo" (possibilità di partecipazione degli utenti e creazione condivisa dei contenuti).

un'entità "istituzionale". In particolare il canale Youtube²⁷ è già ampiamente sfruttato da alcuni dei più importanti "player" dell'informazione in Italia per diffondere notizie anche in tempo reale e per recuperare in tempi rapidi contenuti video riguardanti eventi occorsi in aree non necessariamente presidiate da giornalisti. In occasione di emergenze tipicamente di Protezione Civile, la possibilità di realizzare e "caricare" facilmente video da parte di cittadini presenti nelle aree colpite ha permesso la diffusione immediata di questi contenuti anche da parte dei canali istituzionali di informazione (televisioni, giornali, ecc.).

Un modo estremamente efficace, anche se poco conosciuto dalla maggior parte degli utenti, per la diffusione delle informazioni via internet è costituito dai cosiddetti feed RSS.

Attraverso tale metodo, il creatore di un'informazione ne diventa anche distributore e qualsiasi utente che si "abboni" al feed (sul sito del creatore dell'informazione) riceverà automaticamente aggiornamenti costanti sulla pagina del proprio browser. Questo sistema, assolutamente poco invasivo e estremamente semplice, risulta molto vantaggioso rispetto alla ricezione di contenuti via mail sia per la maggiore sicurezza, poiché non viene fornito alcun dato del sottoscrittore del feed, sia per la minore invasività. La difficoltà più grossa di questo metodo consiste nella necessità per l'utente interessato di accedere, almeno per la prima volta, al sito internet del creatore dei contenuti (quindi, ad esempio, del sito istituzionale dell'ente Protezione Civile) e, conseguentemente, tale sistema può risultare particolarmente utile per dare notizie a siti a loro volta diffusori di contenuti.

3.3.3. Telefonia: smartphone e applicativi

La parte dedicata alla telefonia, in questa ricerca, studia prevalentemente la diffusione di informazione tramite cell broadcast. Qui cercheremo di elencare brevemente le altre possibilità di trasmissione dati offerte dai sistemi di telefonia cellulare, soprattutto in riferimento alle nuove tecnologie permesse dai dispositivi portatili di ultima generazione, generalmente chiamati smartphone²⁸.

La prima caratteristica di uno smartphone è quella di garantire la connessione alla rete internet e questo permette a ciascun utente di ricevere le stesse informazioni che troverebbe navigando con un personal computer, pur con le inevitabili differenze determinate dai diversi sistemi operativi e dalle limitazioni imposte dalle ridotte dimensioni del display.

Esistono anche possibilità ulteriori offerte dai telefonini di ultima generazione, mirate a "bypassare" la connessione a internet per i costi eccessivi o per la discontinuità dei punti di accesso a prescindere dalla rete telefonica cercando di

²⁷ Youtube è sostanzialmente una piattaforma di condivisione di contenuti video creati e diffusi direttamente dagli utenti.

²⁸ Lo smartphone, o telefonino intelligente, è un dispositivo che abbina le funzioni di un telefono a quelle di gestione dei dati personali come l'accesso a internet, le e-mail, la rubrica, ecc., insieme all'uso di applicativi tipici dei personal computer per la lettura e la scrittura di documenti.

utilizzare la normale rete telefonica anche per la distribuzione di contenuti specifici in abbonamento e diversi dal normale sms.

Tra gli applicativi più diffusi vi sono quelli per la ricezione di informazione di vario tipo, sfruttando i feed rss e la connessione con distributori di notizie.

Buona parte dei nuovi smartphone è corredata di dispositivi gps per la localizzazione satellitare e questo potrebbe portare alla diffusione di notizie georeferenziate sulla base della posizione dell'utente che richiede l'informazione.

Le possibilità insite in questo canale sono numerose e verranno approfondite nella fase successiva della ricerca, quando si procederà allo studio di un network efficace con l'utilizzo di tutte le possibilità di comunicazione.

3.3.4. Conclusioni

Questa rapidissima carrellata delle possibilità offerte dalle nuove tecnologie necessita di un'analisi approfondita, incentrata sulle specifiche necessità della comunicazione al cittadino di situazioni di emergenza nell'ambito della Protezione Civile sul territorio lombardo.

In particolare si lavorerà per comprendere le capacità di penetrazione delle informazioni da trasmettere direttamente verso la singola persona, per testare la massima efficacia possibile sia in termini di velocità che in termini di comprensione e capacità di aggiornamento delle informazioni.

3.4. Idoneità dei canali di comunicazione

È necessario partire dai seguenti presupposti per definire le necessità della comunicazione in emergenza:

1. Raggiungere il numero più alto possibile di cittadini
2. Farlo nel tempo più rapido possibile
3. Raggiungere il cittadino in qualsiasi condizione si trovi
4. Dargli informazioni il più possibile complete ed esaurienti

Partendo da questi presupposti il primo canale di comunicazione da tenere in considerazione è ancora inevitabilmente la radio.

Come scritto nel paragrafo ad essa dedicato, la ricezione di contenuti trasmessi via onde radio è garantita anche in condizioni di emergenza e, a meno di luoghi completamente fuori dalla portata dei ripetitori, in ogni località abitata. La possibilità di ascolto della radio in mobilità, attraverso apparecchi portatili e autoradio, è un altro punto di forza di questo strumento rispetto agli altri canali disponibili.

La televisione è uno strumento di grandissima diffusione e negli ultimi anni si è evidenziato sempre più il suo ruolo per la trasmissione di informazioni in

situazioni di emergenza: l'11 settembre 2001, ad esempio, è stato seguito in tutto il mondo esclusivamente grazie alle immagini televisive trasmesse in tempo reale, ma questo canale è inevitabilmente tendente all'approfondimento giornalistico e non si presta alla comunicazione immediata priva di mediazione che invece potrebbe "invadere" il canale radiofonico in presenza di specifici accordi con le emittenti.

Allo stesso modo la comunicazione verso la carta stampata va chiaramente a peccare nel secondo dei tre punti elencati, poiché i tempi sono necessariamente lunghi sia per il confezionamento della notizia che per la sua distribuzione capillare.

Il telefono cellulare, invece, è uno strumento che risponde in modo egregio alle necessità della comunicazione, poiché la diffusione dei dispositivi e il grado di copertura territoriale garantiscono il raggiungimento di ampie fette di popolazione, pur con l'esclusione dei cittadini più anziani e dei meno abbienti che non possiedono un telefono cellulare.

Utilizzando il medesimo canale, soprattutto nelle sue versioni più evolute, è anche possibile fornire informazioni più dettagliate e precise grazie alla capacità di connessione alla rete internet, rispondendo così al quarto punto dell'elenco. Lo sfruttamento della rete internet è sicuramente necessario ma anch'esso porta con sé dei connotati dettati dalla sua natura che lo rendono ancora secondario rispetto agli altri. L'utilizzo di personal computer, nonostante l'enorme diffusione di dispositivi portatili, è molto spesso limitato all'ambito lavorativo (così come quello della televisione è limitato a quello casalingo) ed è impossibile una comunicazione "forzata" che arrivi necessariamente all'utente, il quale deve per lo meno cercare un sito di distribuzione delle informazioni (quotidiano on-line, agenzia di stampa, sito istituzionale, ecc.) e quindi risultare più "attivo" rispetto a chi, ascoltando la radio, guardando la televisione o ricevendo una comunicazione sul cellulare, è in qualche modo "obbligato" a ricevere l'informazione.

Capitolo 4

Linguaggi comunicativi

4.1. I linguaggi più idonei per la comunicazione di emergenza

La comunicazione può essere definita come uno scambio di informazioni tra diversi soggetti. Superata da tempo la visione monodirezionale del flusso comunicativo, ormai non si parla più di comunicazione come semplice trasferimento, passaggio di informazioni, ma di processo comunicativo multi direzionale, al quale partecipano attivamente diversi soggetti, coinvolti nell'azione a livelli diversi in base al proprio ruolo e alle proprie peculiarità. Nelle moderne teorie della comunicazione, il destinatario non viene più visto come un soggetto che riceve passivamente l'informazione, ma come un protagonista che produce significato, che partecipa attivamente alla costruzione di senso della comunicazione stessa.

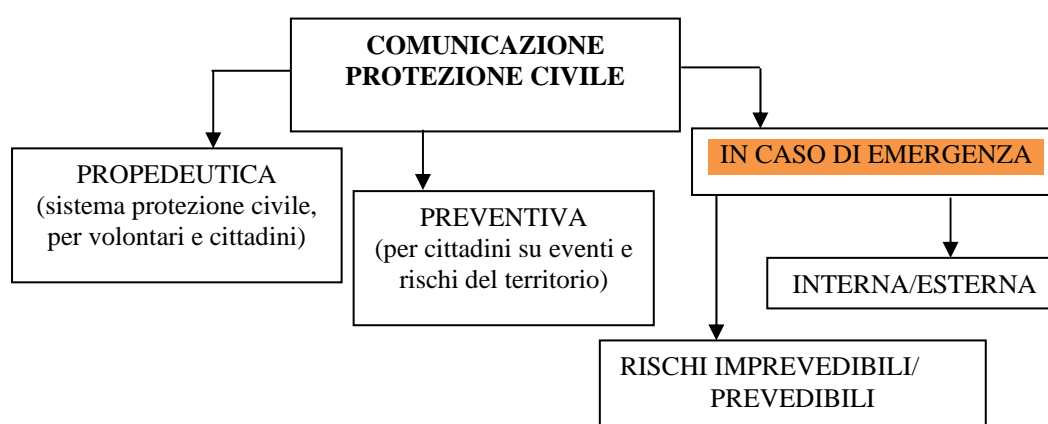
Il suo ruolo viene quindi rivalutato fino quasi a sovrapporsi a quello dell'emittente, soprattutto con l'avvento dei nuovi mezzi di comunicazione che permettono un *feedback* immediato, realizzano l'interattività e danno vita a un processo comunicativo continuamente in divenire. Il destinatario attivo può infatti intervenire nell'attività di scelta dell'informazione e del canale, in quella di verifica del contenuto e eventualmente anche di modifica dello stesso.

Lo sviluppo delle nuove tecnologie ha determinato, oltre a un mutamento dell'attività comunicativa, un ampliamento quantitativo dei canali, dunque dei media che possono essere utilizzati. È per questo che l'attività comunicativa è diventata negli ultimi anni più complessa e che la costruzione del messaggio richiede ora uno sforzo maggiore per calibrare quest'ultimo al canale utilizzato. Lo scopo finale è la realizzazione di una comunicazione efficace: un messaggio costruito a misura per il medium che lo veicola, che riesca a raggiungere il destinatario in un tempo ragionevole e il cui contenuto sia chiaro e non dia adito a interpretazioni errate.

In un contesto talmente complesso e variegato è facile comprendere quale importanza assuma la comunicazione per la Protezione Civile, soprattutto nelle situazioni di emergenza. Esistono diverse tipologie di comunicazioni utili alla Protezione Civile, diverse classificazioni della sue differenti declinazioni. La comunicazione può essere:

- interna o esterna, a seconda se viene attivata tra i diversi soggetti interni alla Protezione Civile o tra quest'ultima e soggetti esterni;
- propedeutica, preventiva o di emergenza. La comunicazione **propedeutica** è quella diretta al sistema di Protezione Civile e ha come compito quello di preparare alle attività di Protezione Civile. La comunicazione **preventiva** è invece destinata ai cittadini e ha lo scopo di informare sui rischi che caratterizzano un determinato territorio, sulle modalità di intervento, sui comportamenti da mettere in atto in determinate situazioni. Infine, la comunicazione **in caso di emergenza** è quella che viene attivata in caso di criticità. A sua volta quest'ultima trova una diversa declinazione a seconda che i rischi siano prevedibili o imprevedibili.

Figura 4.1 – Tipologie della comunicazione della Protezione Civile



Se da una parte è vero che quanto detto finora è applicabile alla comunicazione in generale della Protezione Civile, un discorso a parte merita la gestione delle informazioni in caso di emergenza. In questo caso, infatti, non si può parlare di multi direzionalità e di partecipazione congiunta di emittente e destinatario al processo comunicativo. È utile chiarire che in caso di emergenza i due attori della comunicazione non sono sullo stesso piano, in una situazione di parità. Il destinatario – ovvero la popolazione – si trova infatti in una condizione di subordinazione, essendo alla ricerca di rassicurazioni e di informazioni, bisogno che l'emittente (i soggetti di Protezione Civile) è chiamata a soddisfare. È necessaria inoltre l'esistenza di un rapporto di fiducia tra la fonte e il destinatario, rapporto che deve consolidarsi nelle situazioni ordinarie, per poter dare i suoi frutti in caso di criticità.

La comunicazione della Protezione Civile in caso di emergenza è quindi di tipo ingiuntivo e unidirezionale. Ciò deriva dalla suddetta asimmetria relazionale che nelle situazioni di emergenza caratterizza il rapporto tra la popolazione e il sistema Protezione Civile. Quest'ultimo ha il compito di fornire informazioni, prescrizioni o divieti, a un largo numero di destinatari indistinti, informazioni che devono essere immediatamente comprensibili e traducibili in comportamenti precisi. Il linguaggio deve essere quindi chiaro e univoco, in modo tale da non generare incomprensioni e dubbi e da non necessitare di ulteriori chiarimenti o

processi di comprensione difficili da attivare in emergenza.

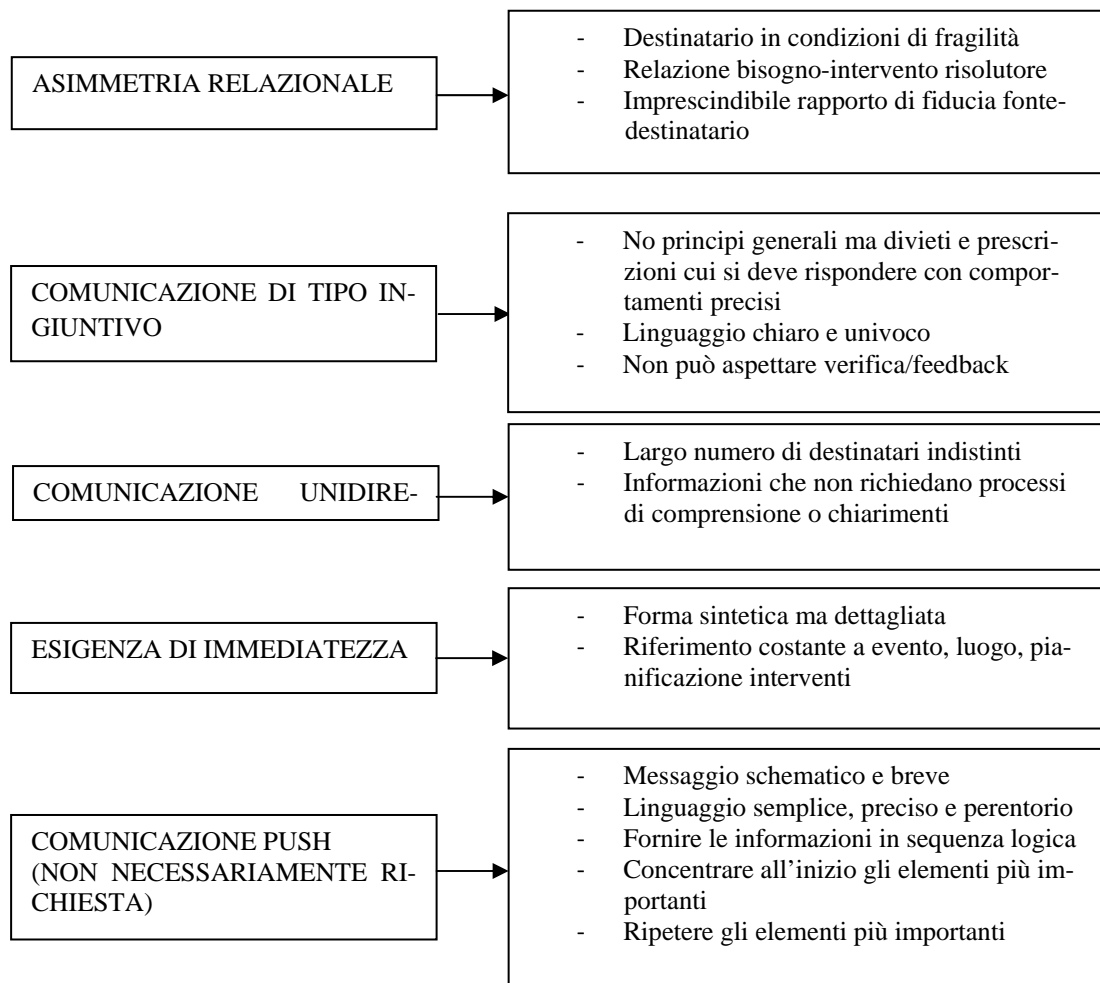
Per raggiungere questo scopo sono quindi necessarie alcune accortezze dal punto di vista linguistico e sintattico. I messaggi devono essere semplici ma allo stesso tempo dettagliati: la paratassi è da preferire all'ipotassi, dunque le coordinate alle subordinate, per comunicare con immediatezza e semplicità. Il messaggio deve essere quindi inequivocabile dal punto di vista dei contenuti, schematico nella struttura e il più possibile breve, senza che ciò si traduca in sciatteria. Al contrario, tutto deve essere frutto di una scelta stilistica attenta, mirata e consapevole.

Nella costruzione del messaggio, è importante che gli elementi sostanziali siano posizionati all'inizio, seguiti da quelli meno rilevanti, secondo una sequenza logica e una struttura coesa. Se necessario è possibile anche ripetere più volte gli elementi basilari nel messaggio. È fondamentale che la fonte che trasmette la notizia sia ben identificabile, per attivare le dinamiche di fiducia dalle quali dipende inevitabilmente il successo della comunicazione in caso di emergenza. Solo se il destinatario riconosce l'autorità di chi gli sta trasmettendo il messaggio, sarà infatti disposto a seguire i suoi consigli e le sue indicazioni. È utile inoltre il riferimento costante all'evento, al luogo interessato e alla pianificazione degli interventi successivi. Infine il tono deve mantenersi fermo e perentorio per trasmettere sicurezza ed evitare che la popolazione si faccia carico autonomamente del problema.

Le informazioni veicolate nelle situazioni di emergenza possono essere classificate come comunicazioni *push*, ovvero non necessariamente richieste, "tirate a sé" dai destinatari: sono spesso notizie che la popolazione non si aspetta, fattore questo da non sottovalutare nella fase di costruzione del messaggio.

Un altro elemento fondamentale è quello legato ai tempi: per essere efficace, la comunicazione in situazione di emergenza deve essere gestita in tempi brevi. È per questo che risulta fondamentale codificare e pianificare in modo dettagliato le procedure comunicative da attivare in caso di emergenza, poiché è necessario rispondere in modo tempestivo, efficiente ed efficace al bisogno di informazioni dei cittadini che si trovano ad affrontare situazioni problematiche. Nulla può essere lasciato al caso o all'improvvisazione. Appare dunque fondamentale definire chiaramente e a priori le procedure decisionali, quelle di intervento tecnico, e i ruoli, le competenze e i compiti delle risorse umane. L'organizzazione deve essere dunque preesistente all'emergenza e opportunamente collaudata per poter reggere in caso di criticità.

Figura 4.2 - Caratteristiche della comunicazione della Protezione Civile in emergenza



L'attenzione della ricerca si è focalizzata sulla comunicazione in caso di emergenza, che a sua volta può trovare diverse declinazioni, in base alla fase che l'emergenza sta attraversando. Ciascun tipo di comunicazione ha un obiettivo specifico legato alla particolare condizione nella quale si trova il destinatario e si avvale di strumenti e linguaggi differenti per fornire messaggi con peculiarità a loro volta differenti.

Il seguente schema offre una visione di insieme sulle comunicazioni-tipo che dovrebbero essere messe in atto dalla Protezione Civile nelle varie fasi dell'emergenza.

Tabella 4.1

TIPO DI COMUNICAZIONE	SITUAZIONE DEL DESTINATARIO	OBIETTIVO DELLA COMUNICAZIONE	CARATTERISTICHE PRINCIPALI DEL MESSAGGIO
INATTESA (fase di pre-allarme e di primo allarme)	non sa cosa sta succedendo	<ul style="list-style-type: none"> - dare prime informazioni su cosa è successo, dove è successo, chi è stato coinvolto - catturare l'attenzione di popolazione e media 	<ul style="list-style-type: none"> - parole chiave di allerta - segni grafici di attenzione - tecniche pubblicitarie
ATTESA (durante l'evento)	sa cosa sta accadendo	<ul style="list-style-type: none"> - informare sull'evoluzione dell'evento, sui provvedimenti e sulle direttive alla popolazione - facilitare il più possibile la fruizione del messaggio 	<ul style="list-style-type: none"> - sequenza logica - dividere contenuto in tipologie: fatti, programmi, direttive, comunicazioni di servizio
PRETESA (durante un evento che coinvolge particolarmente la popolazione)	sa cosa sta accadendo, ha bisogno di continui aggiornamenti per modulare i propri comportamenti	<ul style="list-style-type: none"> - dare informazioni tempestive, precise e circostanziate - non lasciare spazio a dubbi né interpretazioni 	<ul style="list-style-type: none"> - il contenuto prevale sulla forma - sintesi - chiarezza - determinazione - perentorietà - inequivocabilità - spersonalizzazione

Obiettivo primario della comunicazione **inattesa**, che caratterizza la fase di preallarme e di primo allarme, è quello di fornire un quadro generale della situazione di emergenza: la popolazione non sa cosa sta accadendo, è quindi necessario catturare la sua attenzione. Chi comunica deve utilizzare un linguaggio accattivante, simile per immediatezza a quello pubblicitario, mettendo in evidenza parole chiave e cercando di ridurre il più possibile il cosiddetto *catch-time*, ovvero il tempo necessario per attirare l'attenzione del destinatario.

A evento già in corso, si passa dalla comunicazione inattesa a quella **attesa**: il destinatario adesso sa cosa sta succedendo, è a conoscenza dell'esistenza di una criticità e per questo sente il bisogno di essere aggiornato, di saperne di più. È fondamentale che il flusso comunicativo non si interrompa durante l'intera emergenza: se ciò dovesse infatti avvenire, si genererebbe una sensazione di frustrazione nella popolazione, che potrebbe sentirsi "abbandonata" e divenire facile preda del panico. L'obiettivo della comunicazione in questa fase è di informare sull'evoluzione dell'evento, sottolineando con un linguaggio chiaro e una struttura logica ben definita i programmi di intervento, le direttive e le eventuali comunicazioni di servizio.

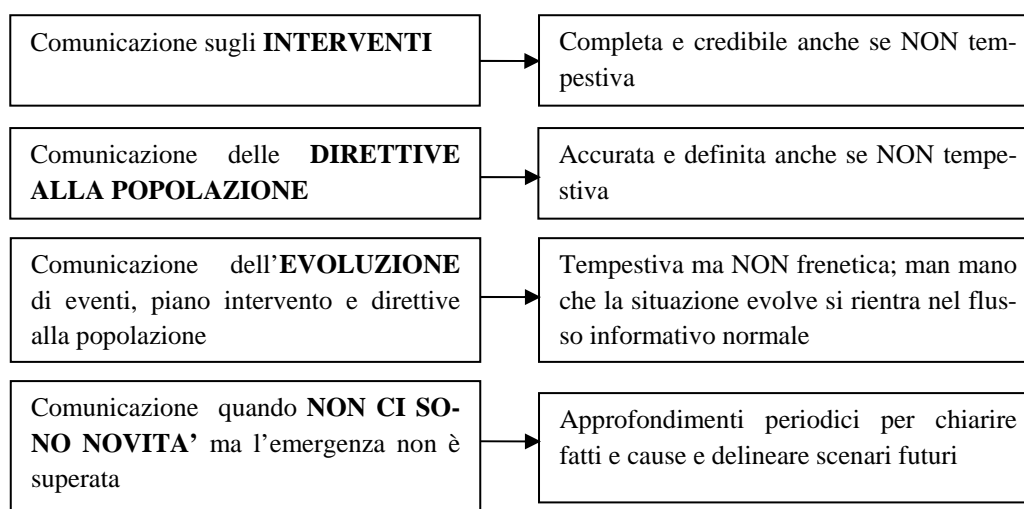
L'ultima tipologia di comunicazione presa in esame è quella **pretesa** che caratterizza situazioni gravi di emergenza, criticità sentite con particolare intensità dalla popolazione direttamente coinvolta nell'evento. In questo caso, quindi, il

destinatario ha una necessità pressante di essere aggiornato, di ricevere direttive per poter modulare concretamente i propri comportamenti. In questa fase è il contenuto a prevalere sulla forma che, comunque, non può perdere in chiarezza, sinteticità, perentorietà e, *last but not least*, inequivocabilità: non si può infatti assolutamente lasciare spazio a dubbi o interpretazioni autonome.

Il messaggio deve essere quindi modulato in base alla fase dell'emergenza e alla condizione in cui si trova il destinatario, ma anche al suo contenuto. Quando il messaggio veicola notizie sugli interventi, molto si gioca sul rapporto di fiducia tra fonte e destinatario e sulla credibilità che la prima ha acquisito nel tempo agli occhi del secondo. Inoltre è presumibile che, nel momento in cui si informano i cittadini sugli interventi, il picco di criticità sia già stato superato: visto il contenuto, sarà quindi la completezza delle informazioni a prevalere sulla tempestività del messaggio.

Questa caratteristica assume un valore maggiore nel momento in cui si veicolano direttive alla popolazione. In questo caso sono assolutamente da evitare le smentite: è meglio attendere nel dare un'informazione piuttosto che tornare sui propri passi con il rischio di perdere credibilità agli occhi della popolazione o, ancor peggio, di provocare disagi concreti con la diffusione di direttive errate.

Figura 4.3 – Caratteristiche della comunicazione in base al contenuto veicolato

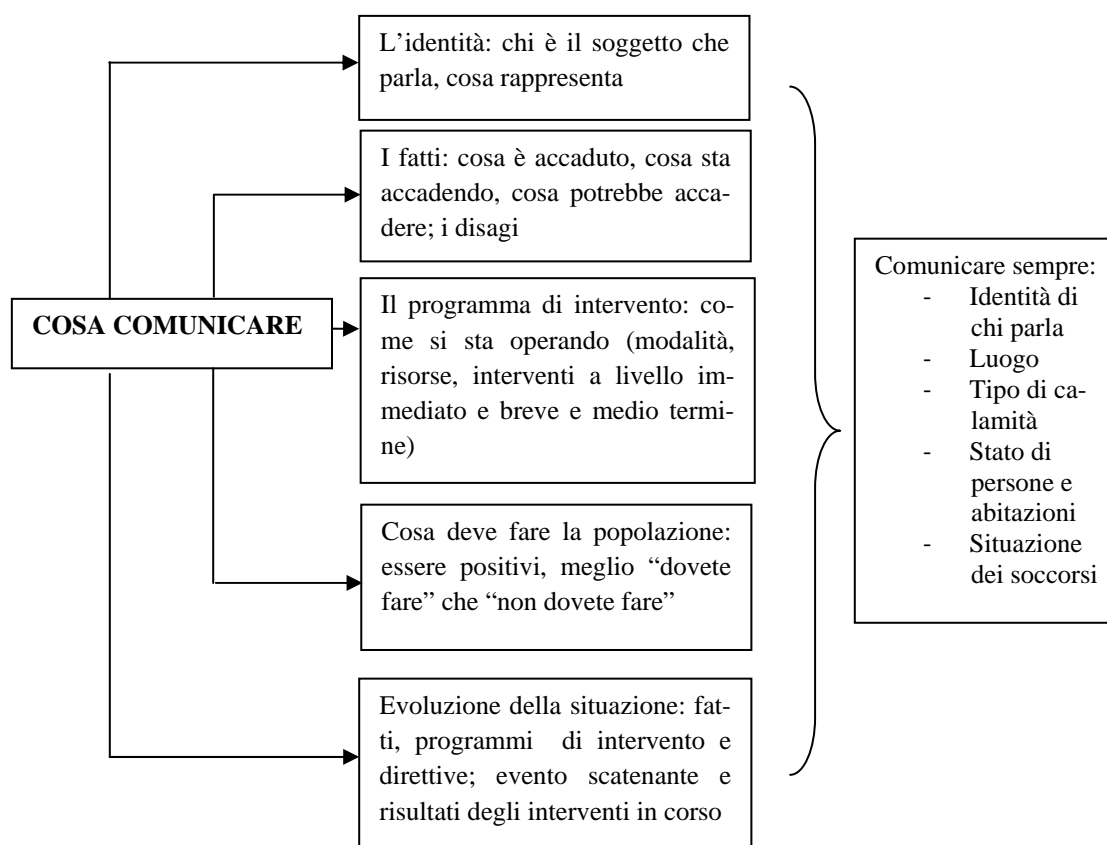


La tempestività diventa invece elemento imprescindibile quando il contenuto del messaggio riguarda l'**evoluzione** degli eventi, del piano di intervento e delle stesse direttive. In questa fase il ritmo degli aggiornamenti deve essere sostenuto, senza diventare però frenetico, per poi rientrare nel flusso informativo ordinario man mano che la situazione evolve e ritorna alla normalità. È però sempre fondamentale che la tempestività non vada a scapito dell'attendibilità delle informazioni. Infatti anche in questo caso resta valido il detto giornalistico secondo cui "una smentita vale due notizie", e per questo è assolutamente da evitare.

Lo schema seguente propone una panoramica dei contenuti della comunicazione

della Protezione Civile in caso di emergenza, dunque cosa comunicare. In primis, come abbiamo sottolineato in precedenza, è fondamentale che la fonte si identifichi per essere immediatamente riconoscibile dal destinatario, proprio per mettere in moto i meccanismi di credibilità e fiducia indispensabili al buon esito della comunicazione. È poi importante proporre una panoramica sui fatti e sugli interventi in programma, elementi da aggiornare man mano che la situazione evolve, in base ai quali vengono poi fornite le indicazioni e le direttive alla popolazione coinvolta nell'emergenza.

Figura 4.4 – I contenuti della comunicazione della Protezione Civile in emergenza

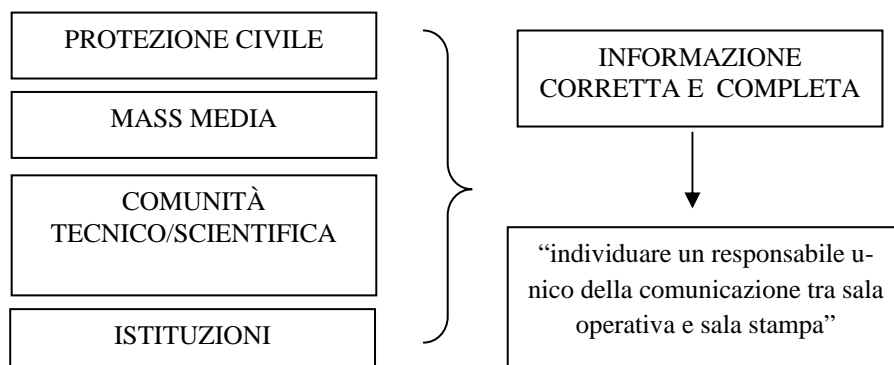


4.2. Soggetti e ruoli nella comunicazione della Protezione Civile

I protagonisti dell'azione comunicativa della Protezione Civile sono sostanzialmente quattro: i soggetti del sistema di Protezione Civile, i mezzi di comunicazione di massa, le istituzioni politiche e la comunità tecnico scientifica. Il ruolo di quest'ultima è di affiancare e coadiuvare il sistema Protezione Civile, partecipando alla costruzione e alla verifica delle informazioni tecniche che verranno passate poi alle istituzioni politiche responsabili del territorio, filtrate dai mass media e infine proposte alla popolazione. Ciascuno di questi soggetti,

secondo le specificità del proprio ruolo, interviene quindi in un processo comunicativo complesso che ha come fine ultimo il raggiungimento e l'emissione di messaggi informativi completi e corretti. Essenziale al buon esito della comunicazione è l'esistenza di una figura, il responsabile unico della comunicazione tra sala operativa e sala stampa.

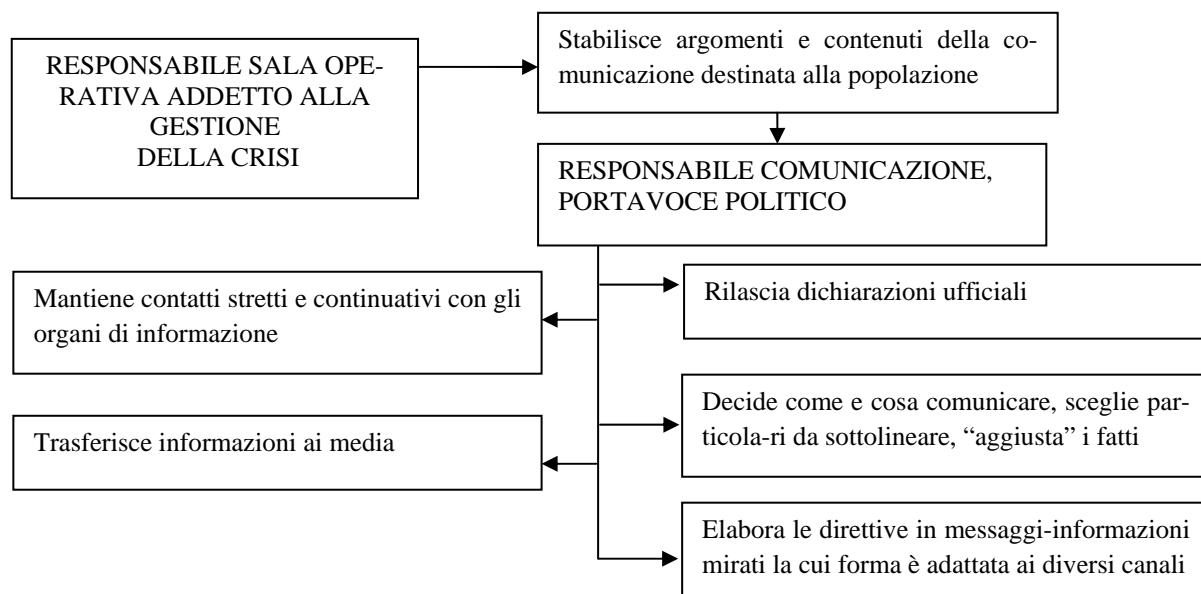
Figura 4.5 - Componenti essenziali della comunicazione della Protezione Civile



È ancora una volta il metodo Augustus a sottolineare l'importanza per la Protezione Civile di “soggetti cui delegare a priori le attività di comunicazione in emergenza”. Questi soggetti avranno la responsabilità della gestione degli strumenti tecnici necessari alla comunicazione sia in emergenza che nelle situazioni ordinarie, e “la gestione e l'aggiornamento del materiale di documentazione necessario in situazioni di crisi”.

Il responsabile della comunicazione della sala operativa dovrà curare i rapporti con la sala stampa e interfacciarsi con il portavoce dell'istituzione politica di riferimento, agendo con questi soggetti in perfetta sinergia, in modo che le informazioni in entrata e soprattutto in uscita (quelle dirette alla popolazione) risultino corrette in tutte le fasi dell'emergenza.

Figura 4.6 - Divisione dei compiti in base ai ruoli

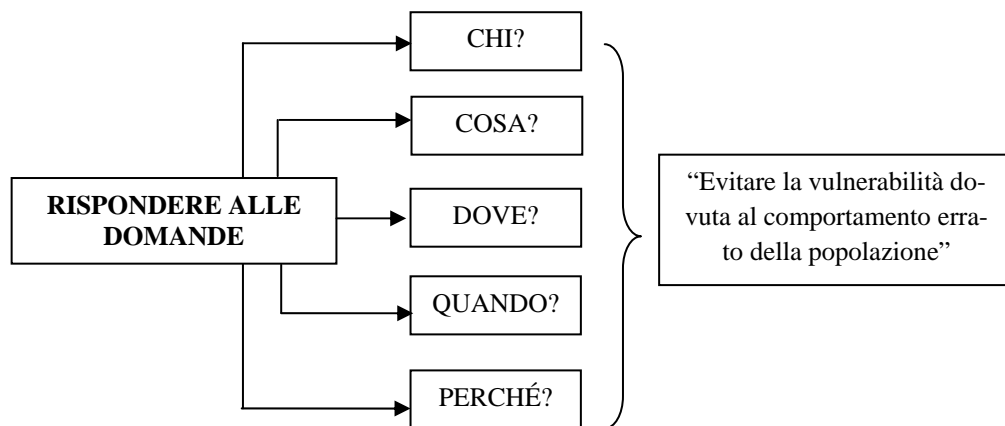


Sarà quindi il responsabile della comunicazione della sala operativa a stabilire argomenti e contenuti delle informazioni in uscita, dirette quindi alla popolazione. Il responsabile della sala operativa potrà poi coadiuvare il portavoce nell'attività vera e propria di costruzione del messaggio e nella gestione dei rapporti con i media. Ma, come è fondamentale che sia una persona ben definita e preparata a curare la comunicazione della sala operativa, allo stesso modo è importante che sia un solo soggetto a occuparsi delle relazioni con i media, che una sola voce rilasci dichiarazioni ufficiali. Perché questo meccanismo funzioni a valle, è però necessario che a monte vi sia una stretta collaborazione tra i responsabili unici della comunicazione delle due strutture.

4.3. Le regole dell'informazione di Protezione Civile

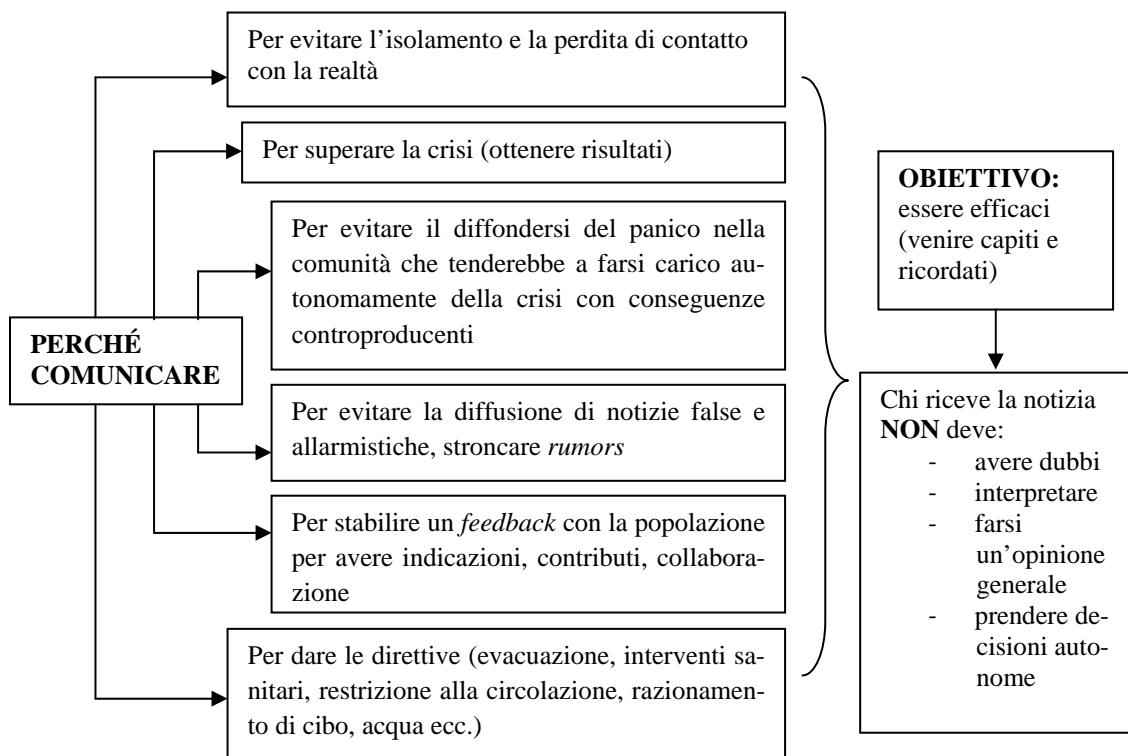
La prima regola dell'informazione di tipo giornalistico, quella delle "5 W", è valida anche per la comunicazione della Protezione Civile in caso di emergenza. Nel momento in cui si produce una notizia, attraverso un take di agenzia o un comunicato stampa, un notiziario radiofonico o televisivo, è quindi fondamentale fornire le risposte alle seguenti cinque domande: chi? Cosa? Dove? Quando? Perché? Facendo questo si offrono ai destinatari tutti gli elementi essenziali alla comprensione della notizia. La linea guida di costruzione della notizia deve essere quella di evitare comportamenti errati della popolazione: la notizia deve essere chiara, semplice e non generare dubbi nei destinatari. In caso di emergenza questi ultimi si trovano infatti in una situazione di vulnerabilità particolarmente delicata e possono non essere in grado di attivare meccanismi più complessi di comprensione e verifica delle informazioni.

Figura 4.7 – Le cinque W della comunicazione



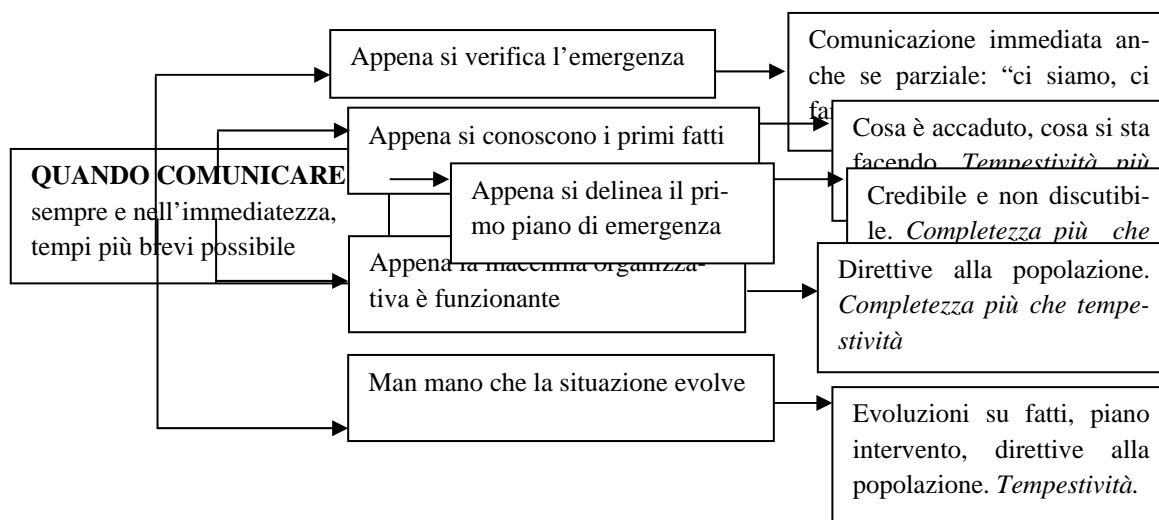
Si comunica quindi per evitare che la popolazione si trovi in una situazione di isolamento che accresce la probabilità di una perdita di contatto con la realtà, situazione nella quale facilmente si genera e si diffonde il panico. Nello schema seguente troviamo una serie di motivazioni che chiariscono l'importanza della comunicazione in caso di emergenza. Ancora una volta ricordiamo che l'obiettivo finale e generale da perseguire attraverso la comunicazione è quello di fornire un messaggio efficace e completo per evitare che la popolazione in difficoltà si faccia carico del problema e agisca in modo autonomo e non adeguato, o che si faccia sopraffare dall'ansia e precipiti nel panico.

Figura 4.8 - Obiettivi della comunicazione in emergenza



Come è stato sottolineato in precedenza, il fattore temporale riveste un ruolo rilevante nella comunicazione in caso di emergenza. La tempestività rappresenta un elemento irrinunciabile, anche se deve essere costantemente combinato all'accuratezza e alla semplicità del linguaggio, e alla correttezza e all'attendibilità del contenuto. Il consiglio è di comunicare costantemente, dall'inizio fino alla risoluzione della criticità e delle problematiche a essa connesse. Un cittadino che viene informato non si sentirà isolato, ma accudito, non si sentirà perduto ma guidato, e risponderà in modo corretto alle indicazioni e alle direttive fornite dalla Protezione Civile.

Figura 4.9 – I tempi della comunicazione della Protezione Civile in emergenza



Il contenuto del messaggio, la sua forma, l'obiettivo della comunicazione e il fattore "tempo" sono imprescindibilmente legati l'uno all'altro e la loro rilevanza varia a seconda delle differenti fasi dell'emergenza. Così la tempestività assume massima rilevanza nel momento in cui l'emergenza prende il via, ma cede il passo alla completezza del messaggio appena si delinea il primo piano di gestione della criticità e nel momento in cui devono essere fornite direttive alla popolazione; per poi tornare a occupare la posizione primaria man mano che la situazione evolve e torna alla normalità.

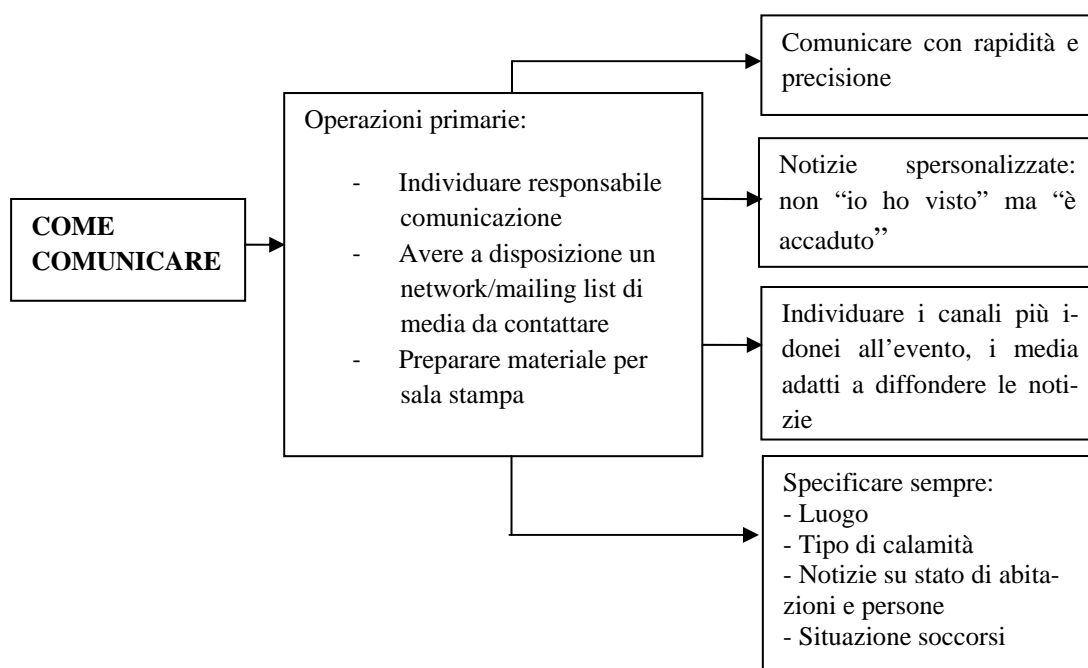
Poiché nelle situazioni di emergenza si vivono momenti concitati ed è necessario "far bene e fare in fretta", torniamo a sottolineare l'importanza della pianificazione della comunicazione. È infatti fondamentale individuare una serie di operazioni standardizzate collaudate e acquisite da mettere in atto in modo agevole in caso di criticità.

Il primo passo è quello di scegliere un responsabile unico all'interno della sala operativa che si occupi della gestione della comunicazione; sarà poi utile organizzare un network di media capillare sul territorio, attraverso il quale diffondere le informazioni alla popolazione.

Lo studio del network di media appare fondamentale in quanto permette di avere a disposizione una visione dall'alto del panorama comunicativo del territorio. In

base a questo si potrà costruire poi un sistema di procedure standardizzate per la costruzione di messaggi da seguire in caso di emergenza. Naturalmente queste procedure dovranno essere studiate e applicate ai singoli mezzi di comunicazione: un messaggio realizzato per la radio non andrà bene per la televisione o per un sito internet. Sarà quindi necessario sfruttare al massimo le potenzialità dei singoli media per esaltarne le qualità attraverso messaggi adatti, costruiti su misura. Lo schema che segue vuole essere un piccolo vademecum sulla gestione della comunicazione in caso di emergenza per la Protezione Civile, da arricchire con tutte le considerazioni finora proposte.

Figura 4.10 – La gestione della comunicazione della Protezione Civile in emergenza



Conclusioni

Attraverso questa ricerca è stato possibile comprendere le condizioni di partenza dalle quali prendere le mosse per la futura costruzione di un “network” di media per dare notizia ai cittadini delle situazioni di emergenza che si verifichino nel territorio lombardo.

Gli elementi di base da tenere in considerazione per la creazione di questo network dovranno rispondere alle domande più volte poste, in modo esplicito o implicito, nel corso della ricerca: quanta parte della popolazione riuscirà a raggiungere? In quanto tempo la comunicazione arriverà al cittadino? Quale reazione provocherà la comunicazione che sto per dare? Il cittadino si sentirà informato in modo completo?

I vari capitoli di questa ricerca, a partire da quelli dedicati alla comprensione della materia e dei contenuti che dovranno essere veicolati, offrono la più ampia panoramica possibile in vista della costruzione di questo insieme di media, per offrire alla Direzione Generale Protezione Civile, Prevenzione e Polizia Locale di Regione Lombardia uno strumento agile ma completo ed accurato per proseguire nell'attività di strutturazione di una “funzione comunicazione” nell'ambito della Sala Operativa Regionale.

Il completamento naturale e necessario di questa ricerca consisterà nella definizione di un'ipotesi di realizzazione di questo network, per testare la sua efficacia, pur senza attuare realmente una comunicazione di emergenza, e per verificare la sua capacità di rispondere alle domande fondamentali sopra definite.

Parte seconda

Capitolo 5

Comunicazione efficace

Nei capitoli conclusivi della prima fase della ricerca, abbiamo descritto alcuni parametri secondo i quali definire una “comunicazione efficace” verso i cittadini: in particolare, nel momento di un'emergenza, abbiamo riscontrato alcune necessità imprescindibili la cui soddisfazione è l'obiettivo minimo che un servizio di informazioni deve garantire.

È il caso, dunque, di cominciare la seconda fase della ricerca spiegando e approfondendo tali parametri, per poter successivamente verificare se un “network” organizzato secondo le indicazioni che andremo fornendo, sarà effettivamente capace di dare una “comunicazione efficace” alla cittadinanza grazie alla sua struttura e alle sue ramificazioni.

I presupposti per definire le necessità della comunicazione in emergenza sono i seguenti:

1. raggiungere il numero più alto possibile di cittadini
2. farlo nel tempo più rapido possibile
3. raggiungere il cittadino in qualsiasi condizione si trovi
4. dargli informazioni il più possibile complete ed esaurienti²⁹

Tali parametri sono validi in senso generale e l'operazione di ridefinizione da noi effettuata in questa seconda fase serve unicamente a una più chiara esposizione sulla base del contesto del nostro caso di studio.

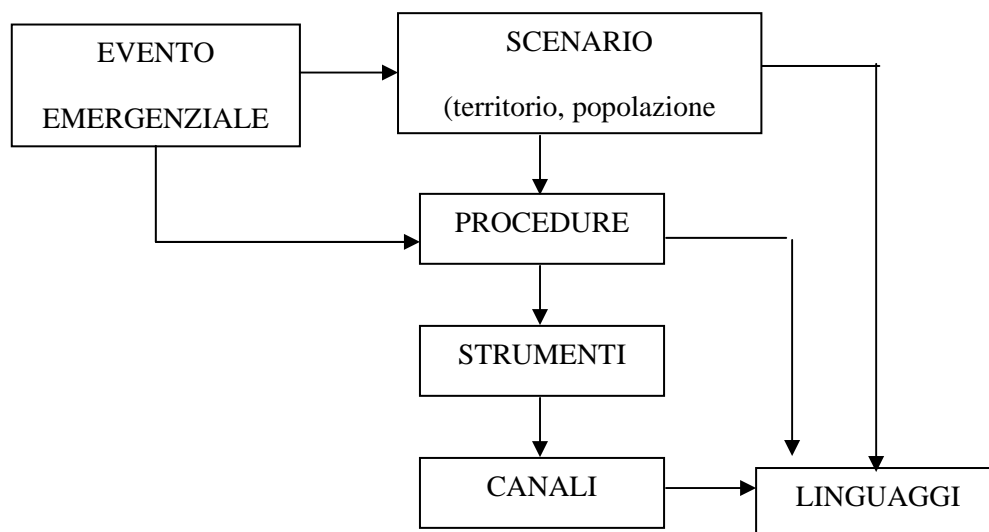
I paragrafi di questo capitolo saranno, dunque, dedicati alla descrizione approfondita di questi parametri e alla presentazione più specifica dei momenti in cui la comunicazione in emergenza andrà applicandosi. La chiusura del capitolo sarà dedicata alla rapida presentazione di alcuni strumenti di comunicazione di emergenza già realizzati e operanti oltre i confini regionali e nazionali.

²⁹ Cfr: *Network per la comunicazione efficace con la popolazione per emergenze di Protezione Civile*, ricerca Irer codice 2009B057, pag. 67.

5.1. Maggior numero possibile di cittadini

L'obiettivo primario del network comunicativo del quale si stanno tracciando le linee guida è il raggiungimento del maggior numero possibile di cittadini sul territorio regionale in situazioni di criticità attraverso una moltitudine di canali. Per dirla con uno slogan, lo scopo del servizio che la Protezione Civile di Regione Lombardia vuole promuovere potrebbe essere: "Le informazioni sull'emergenza, dovunque sei". Per far questo è necessario innanzitutto individuare un ventaglio di mezzi di comunicazione più ampio possibile e, in base al tipo di evento emergenziale che si verifica, stabilire lo scenario, individuare le procedure (precedentemente standardizzate al massimo livello possibile) da seguire nell'attivazione del network stesso, scegliere i canali più adatti a trasmettere informazioni e infine il linguaggio/i linguaggi adeguati.

Figura 5.1



Bisogna mirare a standardizzare al massimo ciascuno di questi *step* in modo che ogni passaggio restringa il campo delle alternative e dei percorsi possibili indirizzando gli addetti ai lavori verso le scelte comunicative più adeguate. Il fine ultimo del progetto è comunicare alla popolazione. Sarà quindi quest'ultima la stella polare da tenere sempre presente nel momento in cui si compiono delle scelte. Ogni fase del processo comunicativo deve essere un passo orientato alla comprensione dell'evento e di quanto da esso consegue (norme di comportamento, consigli, indicazioni, istruzioni, disposizioni, prescrizioni, divieti) da parte della popolazione. Dimenticare questo comporterebbe un inevitabile fallimento della comunicazione.

Per ottenere questo scopo, vista la composizione largamente variegata della popolazione, sia dal punto di vista dell'età, che della cultura e dell'accesso agli strumenti informativi, è necessario ampliare il più possibile l'orizzonte di canali e linguaggi che il network dovrebbe includere.

Naturalmente, nel momento in cui si verifica una criticità e si palesa l'esigenza di comunicare l'evento alla popolazione, sarà necessario individuare quale segmento del network attivare, in base allo scenario che si presenta, alla zona coinvolta, al panorama ristretto di media afferenti a quella porzione di territorio. La rete informativa che in questa sede è in via di definizione è immaginata infatti come un sistema dinamico che copre sì l'intero territorio regionale, ma che non necessariamente deve essere attivata nella sua interezza. Al contrario, la sua efficienza si misurerà anche in base alla duttilità: suddividere il network in compartimenti sinergici ma autonomi consentirà di ottimizzare gli interventi comunicativi e di non sprecare energie e risorse economiche.

Quando si parla di popolazione, come è stato accennato in precedenza, non bisogna dimenticare che non si tratta di un soggetto unitario e indifferenziato, ma di una moltitudine di individualità differenti tra loro per età, sesso, storia, cultura, esperienze, educazione, condizioni socio-economiche e territorio in cui vivono.

Naturalmente risulta impensabile tarare la comunicazione sui singoli soggetti; dall'impraticabilità di questa operazione scaturisce l'esigenza di categorizzare la popolazione almeno in grandi gruppi definiti per età, territorio coinvolto e in particolare la possibilità di accesso agli strumenti comunicativi.

È stato soprattutto questo ultimo fattore a suggerire un'esplorazione a 360 gradi del panorama informativo esistente in Lombardia. Maggiore è il numero di media inseriti nel network, più elevata è la varietà di strumenti attivabili, maggiori saranno le probabilità di raggiungere la popolazione.

Nel tracciare le linee guida del progetto, è necessario perseguire l'obiettivo di sfruttare nel miglior modo possibile le peculiarità di ciascun canale per adattare a queste sia il formato che il linguaggio del messaggio. Il primo passo è quindi studiare le caratteristiche del singolo mezzo, i suoi punti di forza e le sue criticità, le tecnologie a supporto, il grado di penetrazione, ovvero il target del pubblico raggiungibile attraverso quel canale, e infine i linguaggi, la cui scelta consegue dalle riflessioni sui fattori precedenti.

La creazione di un network comunicativo per le situazioni di emergenza non può prescindere da una doverosa osservazione. La prima decisione da prendere per la Protezione Civile regionale sarà relativa alla tipologia di network da realizzare. Bisognerà in pratica scegliere se proporre un progetto comunicativo orientato esclusivamente sulle emergenze, oppure un sistema informativo di più ampio respiro, che promuova le attività e la cultura della Protezione Civile regionale.

Se la scelta dovesse ricadere su un progetto di network comunicativo focalizzato esclusivamente sulle emergenze, si tratterebbe di una corsia preferenziale che in situazioni di normalità resta vuota, ma che è pronta a ospitare informazioni e aggiornamenti in caso di eventi critici. Il rischio è che nella fase di criticità il canale non risulti ben oliato e non sia pronto a sostenere il carico informativo.

Inoltre, poiché il canale deve essere comunque sempre pronto a raccogliere input (365 giorni all'anno, 24 ore su 24), sarebbe uno spreco tenerlo inattivo e utilizzarlo solo per le emergenze. La fase più impegnativa risulta infatti essere quella iniziale, dello *start-up*: investire tempo e risorse per sviluppare un progetto senza sfruttarne tutte le potenzialità sarebbe infatti da evitare.

Una volta messo in moto il meccanismo, si potrebbe al contrario far decollare il progetto estendendolo al mondo della Protezione Civile a 360 gradi. Si tratterebbe così di un canale che si mantiene aperto e attivo anche nelle situazioni di normalità e che passa a una “modalità emergenza” in caso di criticità, con l'attivazione di procedure standardizzate e rodiate. In questo senso si può pensare al network come un filo sottile ma resistente, che mantiene sempre i contatti con i media locali attraverso appuntamenti fissi su temi di educazione e prevenzione, e che sia già predisposto ad aumentare il suo spessore ed eventualmente le sue ramificazioni in situazioni critiche.

Quando si pensa alla comunicazione in emergenza, bisogna tener sempre presente che le criticità non rispettano orari né festività: per questa ragione il network comunicativo deve essere sempre pronto a mettersi in moto, sia che si decida di tenerlo “dormiente” in situazioni di normalità e attivarlo solo in caso di emergenza, sia che si opti per un programma di più ampio spettro.

Premesso quindi che il sistema dovrà essere comunque disponibile 24 ore su 24, tutti i giorni dell'anno, se si sceglierà di mettere in piedi un progetto di comunicazione a 360 gradi, si potrà decidere se creare dei canali ad hoc o se appoggiarsi a media già esistenti per trasmettere con cadenza quotidiana, settimanale o mensile, appuntamenti e approfondimenti non legati alle emergenze.

5.2. Rapidità di trasmissione e fruizione

Perché il network risulti efficace, ovvero raggiunga lo scopo finale per il quale è stato ideato (offrire alla popolazione le informazioni utili riguardo all'emergenza) è necessario che il sistema comunicativo funzioni adeguatamente.

Questo significa innanzitutto rinunciare a qualsiasi forma di improvvisazione a favore di un approccio più rigoroso, basato sull'osservazione della situazione esistente, sulle esigenze informative della popolazione e sulle tecniche comunicative necessarie a soddisfarle. Affinché la comunicazione in caso di emergenza funzioni è fondamentale che il sistema di trasmissione dei messaggi sia rapido e consenta un'agevole fruizione dei messaggi stessi da parte della popolazione. Nelle situazioni critiche la tempestività rappresenta un obiettivo irrinunciabile, che deve essere perseguito però senza rinunciare alla precisione e alla completezza dei contenuti da un lato, e alla chiarezza e all'univocità dei linguaggi dall'altro. Attendibilità, correttezza, semplicità di linguaggio e accuratezza nell'esposizione: sono questi i segreti di una comunicazione efficace. Ricordiamo che, in particolar modo quando si verifica un evento emergenziale, in

caso di black-out informativo, il cittadino corre il rischio di sentirsi isolato e abbandonato a se stesso. Attraverso una corretta comunicazione la Protezione Civile, al contrario, può farlo sentire accudito, indirizzando nella giusta rotta i suoi comportamenti, per preservare la sua sicurezza ed evitare che metta in pratica autonomamente azioni potenzialmente pericolose per sé e per gli altri.

Come abbiamo sottolineato in precedenza, il sistema informativo deve avere una struttura predefinita e delle procedure rigorose e consolidate, che riducano al minimo le iniziative personali anche dei soggetti di Protezione Civile. La tela della rete comunicativa dovrà essere tessuta prima dell'evento emergenziale e testata in situazioni di normalità: solo così potrà essere pronta e operativa nel momento in cui si verifica la criticità. È per questa ragione che in questa sede si sottolinea spesso l'importanza di predisporre un network che sia attivo – anche se a velocità e dimensioni ridotte – anche in assenza di emergenza. Stabilire un contatto con i vari media sul territorio e conservarlo nel tempo, per esempio con appuntamenti sporadici dedicati a temi vari di Protezione Civile, consentirà di tenere aperto e funzionante un condotto comunicativo che potrà essere poi caricato di informazioni particolari e passare agevolmente a una “modalità emergenza”, nel caso questa si verifichi.

Tale prospettiva potrà favorire la Sala Operativa regionale della Protezione Civile anche in termini di pubblicità, consentendole di essere presente nell'agenda dei media esistenti sul territorio, facendo conoscere le proprie attività e promuovendo la cultura della Protezione Civile in senso lato.

Accanto alla questione della rapidità della trasmissione, sottolineiamo anche l'importanza di un'agevole fruizione dei messaggi da parte della popolazione, obiettivo da raggiungere attraverso la chiarezza del linguaggio e il corretto funzionamento del *medium* dal punto di vista tecnico. Mentre questo secondo aspetto non compete alla Protezione Civile ma ai gestori dei singoli media, la scelta dello stile può diventare un punto di forza per un servizio di informazioni realizzato dalla Sala Operativa regionale.

5.3. Comprensione immediata e completa

Emittente e destinatario sono due elementi fondamentali della comunicazione in senso generale. Il rapporto tra questi due co-protagonisti dell'atto comunicativo influenza inevitabilmente la buona riuscita della comunicazione stessa.

Quando si parla di comunicazione in emergenza, bisogna ricordare che emittente e destinatario non si trovano in una posizione paritetica; al contrario, il loro rapporto è determinato dal bisogno di informazioni del destinatario e dalla funzione di fonte dell'informazione espletata dall'emittente. Nel caso specifico di questa ricerca, per emittente si intende la Sala Operativa regionale della Protezione Civile, che si candida a diventare il fulcro della comunicazione in situazioni di emergenza sul territorio lombardo.

Il rapporto tra Sala Operativa e popolazione, nelle situazioni di criticità, è dunque fortemente asimmetrico: la Protezione Civile avrà il compito di rispondere in modo soddisfacente alle richieste di informazioni che i cittadini avanzeranno (esplicitamente o non esplicitamente). La condizione fondamentale affinché questo tipo di comunicazione funzioni è il riconoscimento dell'emittente come figura istituzionale autorevole da parte dei destinatari. Per far questo è necessario che la Sala Operativa regionale si ponga come interlocutore fidato e affidabile per i cittadini sia direttamente che attraverso i media.

L'esistenza di un network comunicativo sempre presente che colleghi la Sala Operativa al sistema dei media locali e attraverso questi alla popolazione, può rappresentare l'occasione di riconoscimento dell'autorevolezza della fonte di fronte ai media e ai cittadini spettatori o lettori.

È utile sottolineare che in questa sede, quando si parla di comunicazione in caso di emergenza, ci si affida a un approccio di tipo giornalistico. Non esistono norme scritte che garantiscano la buona riuscita dell'informazione giornalistica, esistono però alcuni accorgimenti pratici e degli obiettivi cui aspirare, ampiamente riconosciuti, che permettono il "buon funzionamento" di questo tipo di comunicazione.

La completezza dell'informazione rappresenta una virtù essenziale del giornalismo, a condizione che sia intesa come aspirazione a fornire il maggior numero di dati possibili e utili per la comprensione dei fatti, e non come pretesa di esporre tutti gli elementi della notizia.

Nell'informazione giornalistica, e ancor di più se si tratta di situazioni di emergenza, "la famosa regola delle 5W (*who, what, where, when, why*), che impone di dire *chi, cosa, quando, dove e perché*, va rispettata con estremo rigore. Meglio se si dedica spazio anche al *come* per arricchire di dettagli la descrizione del fatto"³⁰.

Accanto alla completezza, è importante che le informazioni siano fornite con precisione. Ciò significa che quello che viene detto debba essere rispondente alla realtà e che sia descritto con accuratezza, e non con informazioni vaghe, senza contorni definiti. "Se la notizia deve essere capita dal grande pubblico di cui deve catturare l'attenzione, essa non potrà perdere di vista l'essenziale, naufragando in un prolisso e inutile girare intorno senza cogliere il nocciolo del fatto"³¹. In particolare nelle situazioni di emergenza, la completezza rappresenta un valore irrinunciabile: la figura istituzionale preposta a fornire informazioni dovrà infatti mirare a offrire tutte le notizie fondamentali, per evitare che il cittadino, già in difficoltà, debba impegnarsi per procurarsele da solo.

Sotto il profilo linguistico e sintattico, i messaggi devono essere semplici ma allo stesso tempo dettagliati: la paratassi è da preferire all'ipotassi, dunque le coordinate alle subordinate, per comunicare con immediatezza e semplicità. Il

³⁰ Giuseppe Mazzei, *Giornalismo RadioTelevisivo*, Rai-Eri 2005.

³¹ *Ibidem*.

messaggio deve essere quindi inequivocabile dal punto di vista dei contenuti, schematico nella struttura e il più possibile breve, senza che ciò si traduca in sciatteria. Al contrario, tutto deve essere frutto di una scelta stilistica attenta, mirata e consapevole. Lo stile da adottare sarà quindi sobrio, scarno, privo quanto più possibile di aggettivi, lontano da registri aulici, dotti e letterari e vicino alla parlata corrente. “Un linguaggio semplice, chiaro, comprensibile non necessariamente porta a uno stile scialbo, incolore, quindi noioso. Compito del giornalista è di mediare, cioè di raccontare il fatto al lettore o all’ascoltatore, facendoglielo capire nei modi in cui esso si è svolto”³² Bisogna ricordare che “il lessico da usare varia secondo il pubblico al quale ci si dirige e secondo il medium usato, cioè secondo i meccanismi psicologici della lettura e dell’ascolto relativi a quel medium”³³.

Un messaggio pienamente comprensibile da tutti i destinatari indistintamente è difficile da formulare. A questo limite si può però ovviare tenendo presente due punti: “una parola difficile può essere capita in un contesto chiaro; frasi più brevi e preposizioni coordinate piuttosto che subordinate rendono più facile la comprensione, a prescindere dal lessico usato”³⁴.

Nella costruzione del messaggio, è importante che gli elementi sostanziali siano posizionati all’inizio, seguiti da quelli meno rilevanti, secondo una sequenza logica e una struttura coesa. Se necessario è possibile anche ripetere più volte gli elementi basilari nel messaggio.

È fondamentale che la fonte che trasmette la notizia sia ben identificabile, per attivare le dinamiche di fiducia dalle quali dipende inevitabilmente il successo della comunicazione in caso di emergenza. Solo se il destinatario riconosce l’autorità di chi gli sta trasmettendo il messaggio, sarà infatti disposto a seguire i suoi consigli e le sue indicazioni. È utile inoltre il riferimento costante all’evento, al luogo interessato e alla pianificazione degli interventi successivi. Infine il tono deve mantenersi fermo e perentorio per trasmettere sicurezza ed evitare che la popolazione si faccia carico autonomamente del problema.

Le informazioni devono essere dunque chiare, semplici e univoche, ovvero costruite in modo da non generare dubbi nei destinatari. Come abbiamo sottolineato in precedenza, nelle situazioni critiche, la popolazione si trova infatti in una condizione di particolare vulnerabilità e può incontrare difficoltà nell’attivazione di più complessi meccanismi di comprensione e verifica delle informazioni. Il rischio che si corre è dato dall’eventualità che il cittadino, in assenza di informazioni adeguate, si faccia carico del problema e agisca in modo autonomo e non adeguato, o che si faccia sopraffare dall’ansia e precipiti nel panico.

³² Sergio Lepri, *Professione giornalista*, Etas Milano 2005.

³³ *Ibidem*.

³⁴ *Ibidem*.

5.4. Le fasi della comunicazione: emergenza, evoluzione, scioglimento

La parabola della comunicazione in emergenza segue le fasi della criticità stessa, adattando la sua forma e i contenuti alle differenti esigenze informative della cittadinanza. Il momento dell'inizio dell'emergenza è la fase di preallarme e di primo allarme: il compito che la comunicazione deve assolvere è di fornire un quadro generale della situazione di emergenza. La popolazione non sa cosa sta accadendo, è quindi necessario catturare la sua attenzione. Chi comunica deve utilizzare un linguaggio accattivante, simile per immediatezza a quello pubblicitario, mettendo in evidenza parole chiave e cercando di ridurre il più possibile il cosiddetto *catch-time*, ovvero il tempo necessario per attirare l'attenzione del destinatario sul messaggio.

A quella che viene definita comunicazione inattesa, segue la comunicazione attesa, ovvero il tipo di comunicazione funzionale al periodo in cui l'emergenza è in corso. In questa fase il destinatario è a conoscenza dell'esistenza di una criticità e per questo sente il bisogno di essere aggiornato, di saperne di più. È fondamentale che il flusso comunicativo non si interrompa durante l'intera emergenza: se ciò dovesse infatti avvenire, si genererebbe una sensazione di frustrazione nella popolazione, che potrebbe sentirsi "abbandonata" e divenire facile preda del panico. L'obiettivo della comunicazione in questa fase è di informare sull'evoluzione dell'evento, sottolineando con un linguaggio chiaro e una struttura logica ben definita i programmi di intervento, le direttive e le eventuali comunicazioni di servizio utili a superare il momento critico.

Nelle situazioni di emergenza più gravi si passa poi alla comunicazione pretesa, funzionale a quelle criticità sentite con particolare intensità dalla popolazione, presumibilmente direttamente coinvolta nell'evento. In questo caso, quindi, il destinatario ha una necessità pressante di essere aggiornato, di ricevere direttive per poter modulare concretamente i propri comportamenti. Così, è il contenuto a prevalere sulla forma che, comunque, non può mostrare carenze per quanto riguarda la chiarezza, la sinteticità, la perentorietà e l'inequivocabilità. In questa fase, ancor più che nelle altre, non si può assolutamente lasciare la cittadinanza sia in balia di dubbi o gravarla dell'esigenza di "completare" le informazioni ricevute con interpretazioni personali.

Affinché la comunicazione risulti efficace, il messaggio deve essere quindi modulato in base alla fase dell'emergenza e alla condizione in cui si trova il destinatario, ma anche al contenuto che sta veicolando. Quando il messaggio contiene notizie sugli interventi, la sua validità si gioca sul rapporto di fiducia tra fonte e destinatario e sulla credibilità che la prima ha acquisito nel tempo agli occhi del secondo. Inoltre è presumibile che, nel momento in cui si informano i cittadini sugli interventi, il picco di criticità sia già stato superato: visto il contenuto, sarà quindi la completezza delle informazioni a prevalere sulla

tempestività del messaggio.

Questa caratteristica assume un valore maggiore nel momento in cui si veicolano direttive alla popolazione. In questo caso sono assolutamente da evitare le smentite: è meglio attendere e dare un'informazione corretta piuttosto che tornare sui propri passi con il rischio di perdere credibilità agli occhi della popolazione o, ancor peggio, di provocare disagi concreti con la diffusione di direttive errate.

La tempestività diventa invece elemento imprescindibile quando il contenuto del messaggio riguarda l'evoluzione degli eventi, del piano di intervento e delle stesse direttive. In questa fase il ritmo degli aggiornamenti deve essere sostenuto, senza diventare però frenetico, per poi rientrare nel flusso informativo ordinario man mano che la situazione evolve e ritorna alla normalità. È però sempre fondamentale che la tempestività non vada a scapito dell'attendibilità delle informazioni. Infatti anche in questo caso resta valido il detto giornalistico secondo cui "una smentita vale due notizie", e per questo è assolutamente da evitare.

Lo schema seguente propone una panoramica dei contenuti della comunicazione della Protezione Civile in caso di emergenza, dunque cosa comunicare. In primis, come abbiamo sottolineato in precedenza, è fondamentale che la fonte si identifichi per essere immediatamente riconoscibile dal destinatario, proprio per mettere in moto i meccanismi di credibilità e fiducia indispensabili al buon esito della comunicazione. È poi importante proporre una panoramica sui fatti e sugli interventi in programma, elementi da aggiornare man mano che la situazione evolve, in base ai quali vengono poi fornite le indicazioni e le direttive alla popolazione coinvolta nell'emergenza.

Così la tempestività assume massima rilevanza nel momento in cui l'emergenza prende il via, ma cede il passo alla completezza del messaggio appena si delinea il primo piano di gestione della criticità e nel momento in cui devono essere fornite direttive alla popolazione; per poi tornare a occupare la posizione primaria man mano che la situazione evolve e torna alla normalità.

Poiché nelle situazioni di emergenza si vivono momenti concitati ed è necessario "far bene e fare in fretta", torniamo a sottolineare l'importanza della pianificazione della comunicazione. È infatti fondamentale individuare una serie di operazioni standardizzate collaudate e acquisite da mettere in atto in modo agevole, quasi automatico, in caso di criticità.

5.5. Scenari fuori dalla Lombardia

La Protezione Civile in Italia rappresenta una realtà consolidata e autorevole dal punto di vista operativo e di presenza sul territorio. Sul piano nazionale, il settore comunicazione è affidato a due importanti servizi: il Servizio Stampa e Informazione, che cura quotidianamente i rapporti con i media per la diffusione di

una cultura di prevenzione e protezione civile; e il servizio Comunicazione e sviluppo delle conoscenze, che promuove iniziative editoriali, campagne informative e di comunicazione e si occupa della raccolta e della catalogazione dei materiali dell'archivio storico eventi-interventi. Accanto al programma informativo nazionale realizzato dal Dipartimento della Protezione Civile, si ha una gestione locale della diffusione di notizie per i cittadini, soprattutto per quanto riguarda l'informazione in situazioni di emergenza. Benché il Dipartimento stia promuovendo la realizzazione di canali informativi di pubblica utilità, destinati a fornire informazioni di carattere preventivo e anche operativo, a livello locale non esistono numerosi tentativi di creazione di sistemi comunicativi. Un impianto tanto completo e complesso quanto quello ipotizzato nell'ambito di questa ricerca condotta per la Sala Operativa regionale della Protezione Civile Lombardia rappresenta quindi un tentativo innovativo e all'avanguardia nel panorama nazionale che, se dovesse concretizzarsi in un servizio per la popolazione, potrebbe diventare una "buona pratica", un esempio anche per le altre realtà regionali.

Sul piano internazionale, la nozione di protezione civile ingloba compiti, misure e strutture tra loro molto diverse. Non esiste infatti una definizione universalmente accettata, "si può dire che la protezione civile comprende l'insieme delle misure, dei mezzi e delle strutture destinate a prevenire, prevedere, soccorrere, attenuare le conseguenze, le perdite di vite umane, i danni causati da ogni tipo di disastro naturale o umano"³⁵. Una delle attività più importanti nel campo della protezione dei cittadini è sicuramente quella che riguarda l'informazione alla popolazione in caso di emergenza e la sensibilizzazione preventiva di adulti e ragazzi. Per questo, diversi stati europei hanno attivato accordi e realizzato programmi per garantire una pronta ed efficiente diffusione delle informazioni, di cui vedremo una panoramica generale nel paragrafo 5.5.2.

5.5.1. Scenari oltre i confini regionali

Friuli Venezia Giulia

Uno studio commissionato dalla Protezione Civile della regione Friuli Venezia Giulia all'Università di Udine, individua due filoni della comunicazione in emergenza:

- la comunicazione per prevenire l'emergenza, finalizzata a sviluppare la cultura del rischio. Si occupa di informare sulla presenza di rischi legati al territorio, diffondere conoscenze e competenze che aiutino a far fronte a situazioni di pericolo, ridurre la tendenza ad assumere autonomamente giudizi e a prendere iniziative personali, diffondere la cultura dell'attenzione, diffondere temi di protezione civile e promuoverne le

³⁵ Dal sito www.protezionecivile.regione.marche.it.

attività. Le possibili declinazioni della comunicazione preventiva sono quella pubblicitaria, quella destinata ai media, alle scuole e ad altri gruppi, a contatto diretto con la popolazione;

- la comunicazione per gestire l'emergenza si occupa di fornire aggiornamenti sull'evoluzione dell'evento, di informare sulle operazioni e sull'organizzazione dei soccorsi, di ricordare alla popolazione i comportamenti corretti, di ripristinare e rafforzare i legami interpersonali e sociali. I canali individuati per la diffusione dell'allarme sono: radio, televisione, sirene e allarmi sonori, altoparlanti e megafoni, cartelli permanenti, notifica personale, internet. Le caratteristiche fondamentali del messaggio di allarme sono: specificità (a chi si rivolge, di che evento si tratta, qual è l'area colpita), consistenza (non contraddittori, né al loro interno, né rispetto agli altri), certezza (tono sicuro che non dia adito a dubbi), chiarezza (semplicità del linguaggio).

Lo studio individua anche gli errori più comuni nella gestione comunicativa dell'emergenza: la sovrapposizione di più messaggi, la confusione e i contrasti tra chi gestisce la crisi, i ritardi nelle informazioni, le attitudini paternalistiche, la sottovalutazione del "rumore". Per gestire al meglio la comunicazione occorre essere la prima fonte di informazioni, porsi in un atteggiamento empatico, mostrare competenza e esperienza e rimanere aperti e sinceri. Accanto a questo è fondamentale mantenere un buon rapporto con i media che, in situazioni critiche, spesso assumono un ruolo antagonista rispetto alle istituzioni e alle fonti. Per questo sarebbe auspicabile offrire un'organizzazione comunicativa sufficiente a rispondere alle esigenze dei media, un flusso comunicativo regolare, eventualmente arricchito dal parere di esperti.

Sicilia

Il Dipartimento della Protezione Civile della Regione Sicilia ha promosso il progetto "DRPC Informa", un notiziario settimanale trasmesso su 3 emittenti televisive satellitari del bouquet Sky e 15 emittenti televisive regionali e locali con diffusione analogica, digitale terrestre e satellitare. Lo stesso notiziario viene riproposto in forma integrale o sotto forma di singoli servizi anche sul sito internet della Regione Sicilia.

Si tratta di un Tg vero e proprio, coordinato da un giornalista professionista esterno all'amministrazione che conduce in studio e presenta una serie di servizi realizzati nelle varie province dai dipendenti della Protezione Civile regionale. Il notiziario ha l'obiettivo di spiegare cosa significa fare protezione civile, attraverso un linguaggio giornalistico chiaro.

La raccolta e la diffusione delle informazioni avviene direttamente nella Sala Operativa della Protezione Civile di cui una parte è adibita a vera e propria redazione. Il gruppo di lavoro comprende alcuni operatori della Protezione Civile che hanno ricevuto una formazione giornalistica di base e da un giornalista esterno che conduce in studio il Tg.

Lo scopo di questo progetto è quello di far conoscere il servizio svolto dalla Protezione Civile, sia per mostrare come avviene la gestione delle emergenze che per far crescere la coscienza civile nei cittadini. L'informazione diffusa riguarda eventi atmosferici, interventi in caso di rischio per l'ambiente, prevenzione e tutela delle persone e dei beni e informazioni sulle attività di volontariato. Manca, di conseguenza, una specifica attenzione alla comunicazione in fase di emergenza e il servizio si propone, più che altro, come strumento di informazione diretta alla conoscenza e alla prevenzione.

Piemonte

Il progetto Codice Uno, realizzato dall'agenzia di stampa nazionale Mandragola per conto del settore Protezione Civile della Regione Piemonte, è nato l'obiettivo di diffondere la cultura della protezione civile in situazioni di normalità e di fornire informazioni ai cittadini in caso di crisi, attraverso una rete informativa pervasiva "in grado di essere immediatamente attivata in caso di emergenza territoriale" e che sfrutti le potenzialità delle nuove tecnologie e utilizzi un linguaggio giornalistico adeguato. Il progetto prevede una serie di appuntamenti quotidiani in diretta con l'Unità di crisi – che ha sede presso la Sala Operativa regionale - e una trasmissione radiofonica della durata di mezz'ora, in onda con un appuntamento fisso una volta alla settimana, allo stesso giorno e alla stessa ora, su diverse emittenti.

Le radio coinvolte nel progetto sono 22: di queste, 10 diffondono notiziari e approfondimenti in condizioni di normalità, mentre 12 vengono coinvolte solo in caso di emergenza. Le prime compongono il gruppo del Codice Uno che, nei bollettini sul rischio idrogeologico emessi dall'Arpa piemontese, indica la "condizione di non pericolosità"; il secondo gruppo viene attivato in caso di Codice Tre, ovvero in condizione di massima allerta a fronte di una situazione di pericolo per la cittadinanza. Di questo gruppo fanno parte anche due radio che hanno copertura extra-regionale (una ligure, l'altra valdostana) poiché, in caso di emergenza, possono essere coinvolte anche zone confinanti.

A livello di contenuti, il progetto prevede la comunicazione e la promozione delle attività della Protezione Civile in situazioni ordinarie e la trasmissione di informazioni, aggiornamenti e direttive alla popolazione in caso di criticità. In queste situazioni, grazie ad accordi stipulati tra la Regione Piemonte e gli editori coinvolti, le radio trasmettono 24 ore su 24 le informazioni sull'emergenza e le istruzioni necessarie ad affrontarla, anche diversificate in base alle zone coinvolte. La scelta è ricaduta sul mezzo radiofonico poiché, come si legge sulla *home page* del sito internet di Codice Uno, "quando manca l'elettricità, l'unico mezzo utilizzabile per ascoltare notizie è la radio portatile a batterie".

L'appuntamento settimanale è invece dedicato a un argomento particolarmente rilevante in quel periodo, sul quale viene chiesto il parere degli esperti della Protezione Civile. Nell'estate 2006, ad esempio, sono stati affrontati temi come

l'allarme siccità, il rischio di incendi boschivi, o ancora, gli esodi sulle strade legati alle partenze per le vacanze e l'emergenza caldo.

L'obiettivo del progetto è di far conoscere alla popolazione le attività della Protezione Civile, di sviluppare una cultura della prevenzione e della tutela del territorio e di essere presenti in caso di emergenza. Codice Uno è anche un sito internet (www.codice1.it), sul quale è possibile trovare l'archivio delle trasmissioni e degli approfondimenti, caricati anche sul sito internet della protezione civile regionale, e le informazioni sulle emittenti radiofoniche. È inoltre presente una sezione che consente di visionare il grado di rischio idrogeologico e sismico di tutti i comuni della regione, suddivisi per province.

Attualmente il servizio Codice Uno non è attivo e il sito non è stato aggiornato dal mese di giugno 2008.

Rovigo

Nel documento redatto dal gruppo comunale di volontari di Rovigo, si individuano immediatamente i due filoni di comunicazione della Protezione Civile, quella preventiva e quella in emergenza. Viste le implicazioni che può avere, soprattutto in caso di criticità, la comunicazione deve essere svolta in sinergia tra autorità, mondo scientifico e mass media “attraverso un'organizzazione preventiva che sia dotata di risorse umane, logistica e strumenti adeguati”.

Il gruppo comunale si è preoccupato soprattutto di dare indicazioni ai volontari sulla gestione della comunicazione nei casi in cui situazioni particolari li costringessero a diventare il punto di riferimento diretto della popolazione, cioè quando si verificano contemporaneamente assenza di informazioni precise e di leadership, oppure quando, per paura o per panico, si verificano comportamenti collettivi autodistruttivi.

Per questo, anche se i suggerimenti forniti, che presentiamo qui sotto forma di elenco, mantengono un alto grado di condivisibilità e possono essere applicati alla comunicazione in emergenza a livello generale, essi rappresentano linee guida principalmente per la comunicazione diretta a singoli individui o a gruppi limitati di persone, attraverso la voce del singolo volontario.

Scopi della comunicazione:

- ribadire che si è pronti a operare;
- stabilire la realtà dei fatti stroncando eventuali “*rumors*” e notizie false e allarmistiche;
- dare direttive per ottenere comportamenti corretti e minimizzare il rischio che deriva da iniziative autonome;
- stabilire un rapporto di interscambio e ricevere risposte, informazioni e collaborazione.

Cosa comunicare:

- chi si è, perché e in che modo si opera;
- cosa è accaduto, cosa sta accadendo, cosa potrebbe accadere;
- come si sta intervenendo e il programma di azioni;
- direttive alla popolazione su come comportarsi;
- l'evoluzione della situazione.

Quando comunicare:

- appena si preannuncia o si verifica l'emergenza;
- appena si conoscono i primi fatti;
- quando si è delineato il piano di intervento;
- quando la macchina organizzativa è funzionante;
- man mano che la situazione si evolve e quando si conclude.

Come comunicare:

- in modo breve e schematico;
- con un linguaggio semplice e perentorio;
- seguire un ordine logico;
- concentrare all'inizio gli elementi più importanti;
- ripetere gli elementi che attirano l'attenzione.

Il comportamento delle persone (ascolto, comprensione, azione conseguente corretta) non sarà conseguenza dei singoli messaggi, ma dell'incrocio dei messaggi con il sistema di credenze già stratificato.

Venezia

Il sistema di comunicazione alla popolazione ideato per la città di Venezia prevede, in condizioni di emergenza, la trasmissione di una serie di messaggi incentrati sull'allarme, sui comportamenti da tenere, sulle misure di evacuazione, sull'evoluzione dell'evento fino alla fine dell'emergenza e, una volta terminata, su una serie di misure preventive di *follow-up*. Il sistema, grazie a una serie di accordi siglati con emittenti radio e televisioni locali, prevede la possibilità di interrompere la programmazione normale per diffondere messaggi di allerta e indicazioni sui comportamenti da tenere in caso di emergenza.

Gli strumenti previsti sono, oltre a internet, pannelli a messaggio variabile posizionati sulle principali vie di comunicazione, e "totem" informativi nelle aree cittadine di grande affluenza. È infine prevista l'attivazione di messaggi sms che giungano agli utenti che si trovano nelle aree interessate dall'evento.

Il canale principale è internet, attraverso il quale si è cercato di creare un “vero e proprio sistema di Comunicazione emergenze on-line che permette sia al Comune sia alla Protezione Civile la condivisione di informazioni e archivi legati alle emergenze che interessano il territorio, la de-materializzazione delle comunicazioni e l’ottimizzazione dei tempi di risposta”.

Obiettivi:

- attivare canale efficiente per comunicare alla popolazione pericoli reali o percepiti;
- creare un sistema di comunicazione accessibile anche all’utenza disabile;
- ridurre le tempistiche della comunicazione d’emergenza;
- facilitare gli aggiornamenti sull’emergenza.

Con un semplice click sull’home page del portale istituzionale è possibile sapere se c’è un’emergenza in atto e conoscere il livello di gravità e gli aggiornamenti. Le emergenze sono comunicate in modo differente in base al grado di pericolosità (codice verde, giallo o rosso) e all’evolversi nel tempo. In caso di codice rosso, quello che indica il massimo grado di pericolosità, la home page del portale cambia, mettendo in risalto l’emergenza in atto. Inoltre, in ogni pagina del portale è possibile trovare segnalazioni dell’emergenza, con collegamenti alla pagina che riporta in tempo reale le informazioni sull’evoluzione dell’emergenza. L’home page in caso di codice rosso è progettata per essere molto “leggera” e facilmente caricabile da qualsiasi dispositivo connesso a internet (computer, palmari, cellulari ecc.) e capace di sostenere il numero potenzialmente elevatissimo di visite.

Accanto a questo è stato ideato anche il Sistema Telefonico Emergenza Venezia (STEVE) che consiste in una serie di messaggi predefiniti che vengono inviati automaticamente sui telefoni fissi dei residenti della zona di Marghera e Malcontenta, quartieri a ridosso di uno dei principali poli chimici industriali d’Europa, per diffondere l’allarme in modo più capillare e comunicare in modo più efficace le misure da adottare per fronteggiare l’emergenza.

5.5.2. Scenari oltre i confini nazionali

Giappone

La protezione civile in Giappone è un sistema che opera ad ampio raggio: accanto alla prevenzione e alla previsione, al soccorso e alla ricostruzione nel medio e lungo periodo, essa ricopre infatti anche la funzione di informare i cittadini circa i sistemi di prevenzione e protezione. Questo compito viene svolto da enti e strutture statali e locali che portano avanti un’attività intensa di formazione e informazione nelle scuole, nei posti di lavoro, nei vari quartieri cittadini. A livello di contenuti, questo tipo di attività è incentrata su nozioni generali di autodifesa e norme di comportamento, corsi speciali di protezione civile trasmessi alla popolazione attraverso tutti i mezzi di informazione, simulazioni ed esercitazioni.

Francia

La *Sécurité Civile* francese, per rispondere in modo adeguato agli eventi imprevedibili o improvvisi, relativi sia ai rischi naturali che a quelli di tipo tecnologico, ha deciso di puntare non solo sull'attività di previsione, prevenzione e pianificazione dei soccorsi, ma anche sull'informazione alla popolazione.

Benché orientata molto alla cittadinanza, anche questo secondo aspetto della comunicazione mantiene la sua natura di comunicazione preventiva. In caso di allerta nazionale, in Francia è il Centro di trasmissioni del Cogic (*Centre Opérationnel de Gestion Interministérielle des Crises*, ovvero Centro operativo di gestione interministeriale delle crisi) a occuparsi della diffusione dei messaggi che vengono trasmessi dalle principali radio francesi.

Germania

In Germania, come in altri paesi, ad esempio la Lettonia, non esistono organismi specializzati, anche interni alla Protezione Civile, che hanno il compito di informare i cittadini in modo continuo e secondo procedure prestabilite. L'attenzione nei confronti della comunicazione alla popolazione in caso di emergenza si basa quindi su accordi con radio e televisioni locali e nazionali, che prevedono semplicemente la trasmissione di notizie e comunicati di allarme in caso di criticità.

Spagna

In Spagna, pur essendo presente un'attiva collaborazione tra la protezione civile e il mondo dei media, per svolgere le funzioni relative alla comunicazione ci si avvale del contributo particolare di una struttura specializzata. Si tratta del "Centro nazionale di informazione e documentazione", un'area interna alla Direzione Generale di Protezione Civile che svolge un lavoro divulgativo attraverso pubblicazioni di vario genere. Anche in questo caso, l'organizzazione si limita più che altro alla comunicazione di carattere preventivo.

Svizzera

In caso di emergenze importanti, in Svizzera generalmente è il Cenal, la Centrale nazionale di allarme, ad avere il compito di lanciare il segnale di allarme. Si tratta di una sirena che ciascuna autorità competente ha la possibilità e il diritto di far funzionare. Per la popolazione, il messaggio fornito dall'allarme generale ha un significato chiaro: bisogna immediatamente ascoltare la radio. La Società svizzera di radiodiffusione e televisione SRG SSR ha messo a punto un sistema, al quale sono collegate tutte le centrali delle polizie cantonali, denominato Icaro.

Attraverso l'*Information Catastrophe Alarm Radio Organization*, ovvero l'organizzazione di allarme radio sulle informazioni circa le catastrofi, i messaggi delle autorità possono essere diffusi immediatamente in caso di situazioni

particolari e straordinarie, 24 ore su 24, per tutto l'anno. Le trasmissioni in corso vengono interrotte per consentire la diffusione di consigli sui comportamenti da mettere in atto in occasione di quella specifica emergenza.

Il caso degli Stati Uniti d'America

Secondo uno studio commissionato dalla *Federal Emergency Management Agency*³⁶ all'Università del Colorado, è possibile suddividere il sistema di allarme statunitense in tre sottosistemi integrati:

- *Detection*, rilevamento. È gestito da scienziati e forze dell'ordine, controlla in via ordinaria l'ambiente (naturale, civile e tecnologico) e raccoglie, mette insieme e analizza le informazioni. Quando l'ipotesi di un'emergenza risulta credibile, la previsione è comunicata al sottosistema di gestione dell'emergenza.
- *Management*, gestione. È gestito dagli organi di governo. Integra le informazioni sul rischio e informa il pubblico. Valuta se il rischio giustifichi un allarme pubblico e controlla la risposta per affinare i successivi messaggi di allarme.
- *Response*, risposta. In condizioni ideali dovrebbe essere costituito da un gruppo di canali di comunicazione integrati che veicolano tutte le informazioni di cui la popolazione ha bisogno e su un sistema di retro controllo che permetta di aggiustare i successivi messaggi alle esigenze dei destinatari. Dipende dal comportamento del pubblico sulla base dell'interpretazione dei messaggi di allarme.

Le esigenze principali che la comunicazione deve soddisfare a livello di impostazione generale sono cinque:

- *Specificità* sull'area interessata, su cosa le persone dovrebbero fare, sul tipo di rischio, su quanto tempo la popolazione ha per attuare le direttive fornite, sulla fonte dell'informazione.
- *Coerenza* anche nei riguardi degli altri messaggi.
- *Accuratezza*, fondamentale perché non si generi il sospetto che si stia nascondendo qualche aspetto dell'emergenza, cosa che potrebbe far perdere credibilità alla fonte. Essere accurati significa anche evitare errori banali,

³⁶ I responsabili della protezione civile negli Stati Uniti sono il Presidente e i governatori dei singoli stati. Gran parte dei poteri del primo, sono delegati alla *Federal Emergency Management Agency* (FEMA) che si occupa del coordinamento degli interventi di soccorso, della realizzazione di piani generali e particolari di protezione civile, della prevenzione dei grandi disastri, della programmazione degli aiuti federali per fronteggiare i danni causati dall'emergenza, del ripristino delle attività socio-economiche dopo l'emergenza.

che possono indurre a ritenere possibile che si commettano errori anche su questioni più importanti.

- *Certezza* nel tono del messaggio, anche quando le condizioni sono incerte. Nel dubbio meglio affermare che non c'è modo di essere certi che l'evento si verificherà, ma che si è deciso di agire come se questo dovesse accadere.
- *Chiarezza* nel linguaggio: le parole devono essere semplici e comprensibili da parte di tutti.

Il criterio generale dell'approccio statunitense è la necessità di evitare che le persone cerchino informazione da fonti diverse da quelle ufficiali. L'informazione fornita da queste ultime devono essere più complete e attendibili possibile, in modo da non far emergere l'esigenza di completare in modo autonomo le informazioni ottenute ufficialmente. Secondo questo approccio, la massima efficienza nella gestione della calamità può essere raggiunta attraverso la riduzione del numero di comportamenti inattesi da parte della popolazione coinvolta.

5.7. Comunicare in fase di prevenzione

L'importanza della comunicazione preventiva è universalmente riconosciuta e la sua logica ormai applicata a svariati settori della vita quotidiana, dalla salute ai fenomeni sociali di rischio, dalle calamità naturali alla sicurezza sul lavoro. Prevenire, letteralmente, vuol dire mettere in atto azioni che abbiano come scopo l'eliminazione o almeno la riduzione parziale dei rischi che possono generare danni.

In relazione al mondo della Protezione Civile, questo approccio si traduce in due diverse applicazioni pratiche: da un lato l'informazione preventiva sui rischi o su uno specifico evento emergenziale, dall'altro una comunicazione orientata ai temi generali della Protezione Civile, alla diffusione della cultura e alla promozione delle attività della stessa. Non bisogna però cadere nell'errore di considerare queste due declinazioni come compartimenti stagni: al contrario esse collaborano a diffondere una cultura della prevenzione e della previsione, a migliorare i comportamenti dei cittadini in relazione ai rischi presenti sul territorio, ad accrescere tra la popolazione consapevolezza e conoscenza dei rischi o ad allertare la cittadinanza in caso di emergenza.

Come infatti sottolinea il Dipartimento nazionale, la comunicazione rappresenta un fattore chiave per perseguire l'obiettivo di crescita della conoscenza e della cultura di protezione civile tra la popolazione.

Il protagonista principale e fondamentale di un sistema di protezione civile è

proprio il cittadino: nei territori dove le persone sono informate sui rischi e sanno come comportarsi in caso di emergenza, esse si sentono parte di una realtà di cui hanno fiducia, fino al punto, spesso, di entrarvi a pieno titolo tramite le associazioni di volontariato. Così la Protezione Civile “raggiunge più elevati livelli di efficienza e di efficacia ed esprime, nella sinergia che si crea tra chi soccorre e chi ha bisogno di aiuto, la sua dimensione *civile*”³⁷.

Comunicazione preventiva sull'emergenza

Occuparsi di comunicazione preventiva rispetto a una particolare emergenza può trovare differenti declinazioni. Da un lato si traduce nell'informare sulla natura e le implicazioni che un determinato rischio comporta, dall'altro nel mettere in pratica una sorta di educazione al rischio, isolando i comportamenti adeguati e individuando quelli da evitare e diffondendo le misure di protezione da adottare in caso di emergenza. In particolare gli ultimi due aspetti favoriscono la formazione nella popolazione di una sorta di conoscenza pregressa, un sostrato di informazioni alle quali attingere nei momenti critici. Come infatti è stato sottolineato più volte, perché il cittadino reagisca nel modo atteso, è necessario che egli sappia già cosa fare, che sia venuto a conoscenza delle indicazioni prima del verificarsi dell'evento, in quello che possiamo definire “tempo di pace”. Questa riflessione è generalmente condivisa, ma il suo valore cresce in modo esponenziale nel caso in cui ci si trovi coinvolti in rischi di protezione civile, in particolare se di una certa entità. Ciò non significa che una campagna di comunicazione preventiva sia sufficiente a garantire la correttezza dei comportamenti e l'eliminazione delle condotte errate. Non bisogna infatti sottovalutare il fattore panico che può vanificare completamente il lavoro fatto in precedenza.

La comunicazione di tipo preventivo resta comunque la più importante arma a disposizione per far sì che la popolazione risponda in modo adeguato a un evento emergenziale. L'esigenza di comunicare per prevenire è molto sentita nell'ambito della Protezione Civile, non solo in Italia ma anche all'estero. Dalla Spagna al Giappone, dalla Francia alla Germania, agli Stati Uniti d'America, dovunque esista un sistema di Protezione Civile, esiste un approccio comunicativo di tipo preventivo rivolto alla popolazione. In tutti i Paesi, Italia compresa, questo si traduce in un impegno costante – non necessariamente quotidiano – all'educazione e alla promozione della cultura della Protezione Civile.

Anche l'Unione Europea ha dimostrato in più occasioni grande attenzione nei confronti dell'informazione del pubblico individuando come principio di base quello di garantire che i cittadini comunitari abbiano accesso a informazioni adeguate in caso di emergenza, riconoscendo che senza efficaci azioni preventive la macchina dell'emergenza non può funzionare correttamente.

A qualsiasi livello territoriale ci si trovi, i contenuti essenziali dell'informazione

³⁷ Dal sito www.protezionecivile.it.

da fornire alla popolazione restano identici e riguardano: “le caratteristiche più rilevanti delle fonti di rischio presenti sul territorio di riferimento; il grado di vulnerabilità degli immobili in cui il cittadino risiede e opera; le principali misure predisposte dalle pianificazioni di emergenza; le norme di comportamento da osservare prima, durante e dopo l’evento; e le modalità e gli strumenti di diffusione di informazioni e allarmi”³⁸. In particolare, nel periodo ordinario, l’attività comunicativa principale dovrà essere orientata verso l’informazione periodica alla popolazione sull’eventuale presenza di aree a rischio e sui comportamenti da adottare in caso di emergenza.

Comunicazione preventiva su temi e cultura della Protezione Civile

Questa seconda applicazione della comunicazione preventiva risponde alle attuali esigenze di promozione delle attività della Protezione Civile, e contemporaneamente alla sentita necessità di diffonderne la cultura nei diversi settori della società, ma innanzitutto nei giovani. Come abbiamo precedentemente sottolineato, la sensibilizzazione preventiva della popolazione sui temi cari alla protezione civile rappresenta una delle più importanti attività nel campo della protezione dei cittadini dai rischi naturali e antropici.

Avere a disposizione un network comunicativo da attivare in caso di emergenza rappresenta un’occasione unica anche per la comunicazione preventiva. Il network, qualsiasi saranno forma e strutturazione che i dirigenti della Protezione Civile regionale decideranno di assegnargli, presuppone un dispiegamento di forze notevole sia sotto il profilo economico che di energie. I contatti continuati con i vari media dislocati sul territorio daranno vita a una sinergia assolutamente da sfruttare anche in tempo di pace.

Notiziari radiofonici e televisivi, approfondimenti testuali circa le attività portate avanti sul territorio, interviste ai dirigenti e ai responsabili della Protezione Civile regionale, produzione di volantini, organizzazione di eventi nelle scuole sono solo alcune delle possibili applicazioni accessorie del network. Come più volte sottolineato nell’ambito della ricerca, tenere aperto il canale del network anche nelle situazioni ordinarie attraverso attività comunicative orientate alla prevenzione, permetterebbe di mantenere in allenamento il sistema, in modo da evitare che i collegamenti con i vari media si “arrugginiscano” e che gli indirizzi che regolano le procedure di gestione finiscano nel dimenticatoio. In questo modo si preserverà la rete e se ne garantirà il corretto funzionamento nelle situazioni di emergenza.

³⁸ Martorano V., *Le competenze comunali in materia di protezione civile: organizzazione del servizio ed elaborazione del piano*, Halley Informatica, 2003.

Capitolo 6

Canali

Per canali della comunicazione si intendono le modalità attraverso le quali un messaggio codificato giunge a destinazione. I canali sono informali se rappresentano le relazioni interpersonali che implicano un contatto diretto; o strutturati, se si fa riferimento ai mezzi che veicolano i messaggi formalizzati, trasmessi, ad esempio, attraverso la radio, la televisione, la stampa. I canali esplorati in questa sede sono per la maggior parte mezzi di comunicazione di massa, ovvero strumenti attraverso i quali è possibile diffondere un messaggio a una pluralità indistinta di destinatari. In caso si verificassero situazioni di emergenza, non sarà infatti possibile informare singolarmente i cittadini coinvolti dall'evento, tarando il messaggio sulle esigenze e le caratteristiche specifiche di ciascun cittadino. Al contrario si dovrà cercare di individuare il canale o i canali più idonei alla situazione e alla popolazione interessata. Il fine al quale aspirare è il raggiungimento del numero più ampio di popolazione (rispetto a quella interessata all'evento o coinvolta direttamente) attraverso la forma comunicativa più adeguata e per questo efficace, qualsiasi essa sia.

Emergenze, canali, linguaggi e destinatari sono legati da rapporti di reciproca influenza che, nel momento in cui si realizzerà un network informativo, determineranno le scelte dei comunicatori della Sala Operativa regionale, facendoli propendere ad esempio per un tipo di canale piuttosto che un altro, per un linguaggio piuttosto che un altro. L'importanza dell'analisi preventiva dei canali e dei linguaggi, e della pianificazione degli interventi comunicativi, risiede nel dovere e nella necessità di non improvvisare, non lasciare nulla al caso. Questo consiglio dovrebbe essere seguito per ogni tipo di attività comunicativa istituzionalizzata, ma acquisisce un peso specifico superiore se si tratta di comunicazione in situazioni di emergenza. La Sala Operativa deve infatti rispondere alle esigenze informative della popolazione che, nelle situazioni critiche, diventano più pressanti.

La pianificazione e l'individuazione di procedure codificate rappresentano quindi l'unica strada verso la corretta gestione della criticità dal punto di vista comunicativo. Una panoramica dei canali attualmente esistenti potrà aiutare a individuare poi la giusta combinazione di media per ogni particolare evento emergenziale che si verificherà sul territorio regionale.

6.1. Caratteristiche generali: punti di forza e debolezza

I canali comunicativi potenzialmente utilizzabili in situazioni di emergenza possono rientrare in cinque macrocategorie:

- carta stampata
- radio
- media *on-line*
- telefonia fissa e mobile
- formati che per essere fruiti non necessitano di supporti tecnologici

Non si tratta di una suddivisione in compartimenti stagni, poiché nella realtà i messaggi trascendono questa categorizzazione. Per esempio, alla fruizione di un file mp3 si può arrivare attraverso un sito internet, un podcast, una casella telefonica, un Qr-code.

L'elenco che segue offre una panoramica dei canali e dei formati che possono veicolare informazioni in caso di emergenza. La maggior parte di questi canali può essere sfruttata anche in condizioni di normalità, per veicolare informazioni sulle attività di Protezione Civile o in fase di prevenzione delle criticità. Perché un canale funzioni in caso di emergenza, è fondamentale che esso sia attivo anche in situazioni non critiche, che sia ben "oliato". La risposta a questa esigenza risiede nella pianificazione, nell'identificazione di buone prassi da seguire, in una parola, nelle procedure³⁹.

Ciascuno dei canali e dei formati analizzati in questo capitolo presenta punti di forza e di debolezza, per questo è necessario riflettere sulle peculiarità di ognuno di esse al fine di valorizzare i primi e cercare di limitare i secondi. Il network sarà così più completo e ne guadagnerà in termini di efficacia e efficienza. Si può tentare l'individuazione di alcune macro-caratteristiche, ma anche in questo caso la presenza di una caratteristica non esclude le altre. Per esempio, le informazioni veicolate attraverso la radio (che sia quella classica o una web radio) saranno tempestive e allo stesso tempo facilmente raggiungibili dalla popolazione, aggiornate in modo costante ma, in caso di necessità, potranno essere anche più approfondite rispetto alla semplice notizia, con eventuali speciali o *focus*.

TEMPESTIVITÀ: radio, web radio, siti internet, televideo, sms, mp3, pannelli a messaggio variabile

APPROFONDIMENTO: quotidiani, periodici, free press, televisione, web tv, siti internet, stampa on-line

RAGGIUNGIBILITÀ: sms, casella vocale, radio

³⁹ *Ibi.* pag.76 e sgg.

AGGIORNAMENTO COSTANTE: newsletter, mp3, radio e web radio, televisione e web tv

FRUIZIONE NON LEGATA ALLA TECNOLOGIA: radioamatori, volantini e manifesti, sirene e allarmi, megafono e altoparlanti

Accanto ai canali già presenti sul panorama informativo regionale, si può pensare alla costruzione di canali *ad hoc* per le esigenze di comunicazione in caso di emergenza della protezione civile, canali che possono essere sfruttati anche in condizioni normali per veicolare notizie su attività e temi cari alla protezione civile o in fase di prevenzione. Nelle situazioni critiche non sarà poi necessario attivare l'intero network. A seconda degli scenari⁴⁰ emersi in base all'emergenza che si è verificata, dovrà essere invece possibile scegliere di attivare un singolo segmento del network comunicativo, circoscritto a un territorio ristretto o diretto a un settore particolare della popolazione.

Il grafico sottostante (figura 2.1) esemplifica graficamente l'attivazione di una specifica porzione del network. Il primo insieme rappresenta l'intera rete comunicativa realizzato, costituita dai differenti canali di comunicazione. Al verificarsi di un evento emergenziale, a seconda del territorio sul quale esso si localizza e della popolazione che coinvolge, si deciderà quale segmento del network attivare, come rappresentato dal secondo insieme del grafico che riporta in rosso i media che si deciderà di coinvolgere nell'attività comunicativa di quella specifica emergenza.

In questa sede ci preme ricordare che le decisioni relative a questo aspetto dovranno essere frutto di una sinergia tra il rappresentante istituzionale della Sala Operativa, che risponde a un referente politico, e il responsabile unico della comunicazione della Sala stessa.

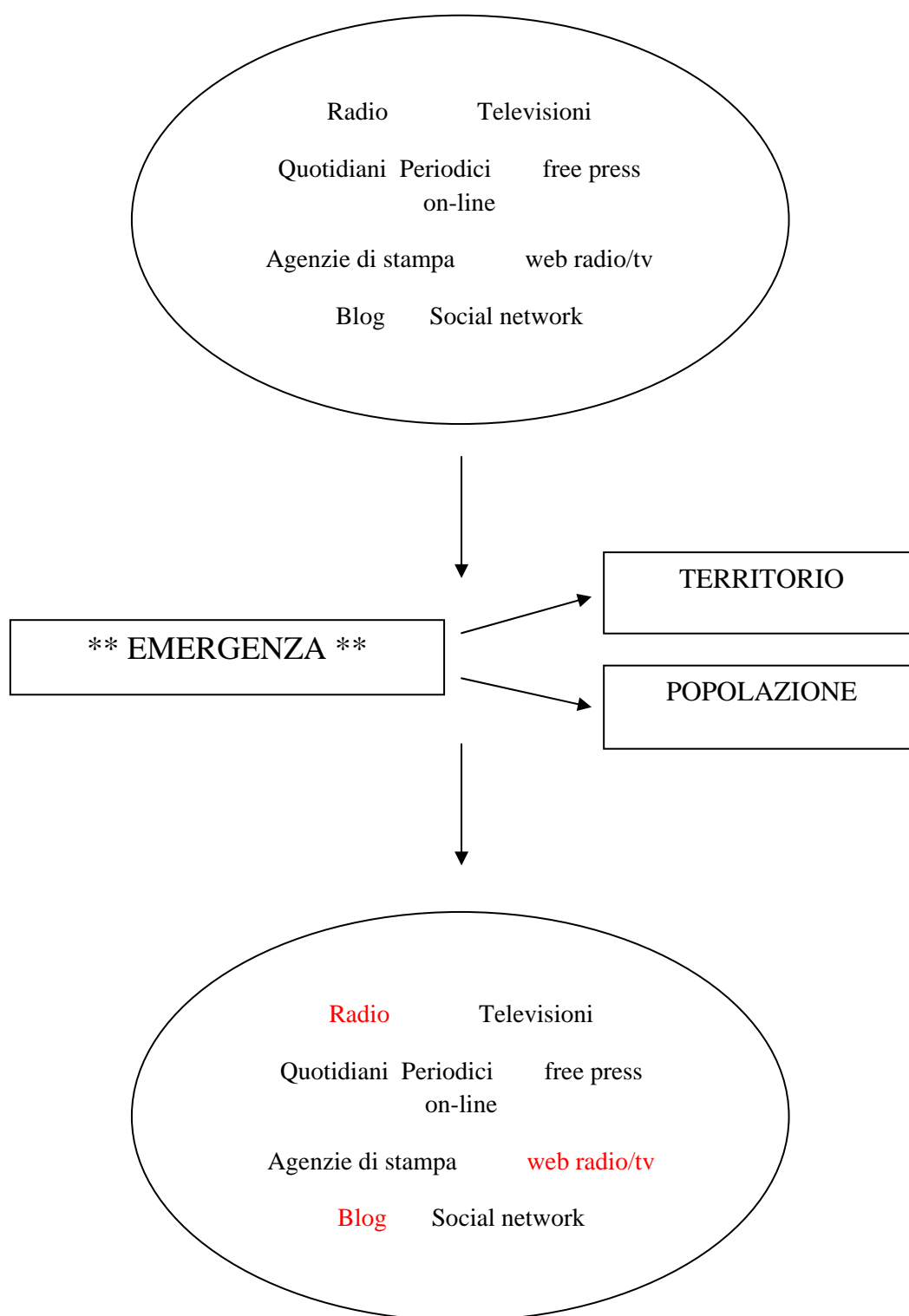
L'importanza per la Protezione Civile della presenza di soggetti cui delegare a priori le attività di comunicazione in emergenza è formalmente riconosciuta dal Metodo Augustus⁴¹. Questi soggetti avranno la responsabilità della gestione degli strumenti tecnici necessari alla comunicazione sia in emergenza che nelle situazioni ordinarie, e “la gestione e l'aggiornamento del materiale di documentazione necessario in situazioni di crisi”.

Il responsabile della comunicazione della Sala Operativa dovrà curare i rapporti con la sala stampa e interfacciarsi con il portavoce dell'istituzione politica di riferimento, agendo con questi soggetti in perfetta sinergia, in modo che le informazioni in entrata e soprattutto in uscita (quelle dirette alla popolazione) risultino corrette in tutte le fasi dell'emergenza.

⁴⁰ *Ibi*, pag. 77 e sgg.

⁴¹ *Metodo Augustus* – linee guida per la pianificazione di protezione civile a livello provinciale e comunale – Dipartimento della Protezione Civile (1998).

Figura 6.1 – Attivazione del network comunicativo in caso di emergenza



6.2. Tipologie di canali

Il panorama comunicativo attuale è composto da una serie di canali differenti per caratteristiche specifiche, per modalità di fruizione dei messaggi che trasmettono, per linguaggi utilizzati e per tecnologie a supporto. In questa sede non si tenterà di offrire una classificazione esaustiva dei media esistenti, piuttosto si procederà all'individuazione del più ampio spettro possibile di canali potenzialmente a disposizione della Sala Operativa regionale di Protezione Civile nell'ottica della creazione di un network comunicativo in fase di emergenza.

Sono state per questo individuate sette macrocategorie, che rispecchiano la diversa natura dei media esistenti, ciascuna delle quali raccoglie al proprio interno declinazioni specifiche di quel medium. In questo modo all'interno della grande "famiglia" della carta stampata, troveremo i quotidiani, i periodici, la stampa free press e i lanci di agenzia; nella macrocategoria di internet troveranno spazio i quotidiani *on-line*, i siti internet, le web radio e le web tv, i *social network* e i *blog*, le *newsletter* e le *mailing-list*.

6.2.1. Carta stampata

In questo paragrafo ci occuperemo del più classico dei canali di informazione, la carta stampata. All'interno del "grande contenitore" definito carta stampata, trovano spazio numerosi media, accomunati certamente dal loro essere fruibili attraverso la lettura, ma differenti per cadenza temporale e caratteristiche particolari. Attraverso un'esplorazione ampia di questo settore, si cercherà di individuare i punti di forza e i limiti intrinseci delle varie sottocategorie con l'obiettivo di sfruttare i primi e cercare di schivare i secondi, nella costruzione di un network comunicativo da utilizzare in caso di emergenza.

Benché le moderne evoluzioni tecnologiche abbiano messo in crisi il settore della carta stampata, quello che è il più tradizionale strumento di informazione è riuscito a mantenere nel tempo un certo ascendente nei confronti dei destinatari dell'informazione. La caratteristica generale e vincente unanimemente riconosciuta alla carta stampata è la possibilità di approfondimento. Gli spazi a disposizione più ampi e i tempi di realizzazione del prodotto dilatati rispetto ai ritmi di altri media, consentono infatti un approfondimento maggiore degli argomenti trattati.

Se da un lato il fattore tempo consente di dedicarsi con accuratezza e precisione agli argomenti trattati, dall'altro determina il limite più evidente della carta stampata, ovvero la carenza in termini di immediatezza e disponibilità. Nel confronto con gli altri media - radio, tv e internet soprattutto - la carta stampata è destinata a perdere la sfida della velocità. Come si osserverà nei sottoparagrafi successivi, questo fattore risulterà determinante nell'ambito della realizzazione di un network comunicativo per la Protezione Civile. Ciò non significa che la carta stampata verrà esclusa dal sistema informativo, ma che bisognerà tener conto di

questi elementi nella gestione dello stesso, adeguando le scelte alle caratteristiche del medium e cercando di sfruttare al meglio le sue peculiarità.

Quotidiani

La caratteristica principale della carta stampata è l'alto grado di approfondimento che essa permette di ottenere, sia a livello di dimensioni che di qualità della gestione della notizia. Lo spazio a disposizione è potenzialmente ampio - anche se dipende sempre dalla rilevanza della notizia - poiché la foliazione dei quotidiani è consistente; anche il tempo a disposizione per curare l'evento è maggiore, dato che il quotidiano ha cadenza giornaliera e presenta una sola *deadline*⁴², solitamente spostata in tarda serata. Questi aspetti rappresentano un punto di forza di questo canale soprattutto nel post-emergenza o se l'evento accade dopo che il giornale è andato in stampa: lavorando sul giorno dopo, infatti, c'è tutto il tempo di dedicarsi all'approfondimento della situazione con interviste, inviati sul posto, testimonianze, fotografie, tabelle e grafici. Oltre ai tempi di produzione del giornale, bisogna poi calcolare quelli di stampa, di distribuzione e di vendita delle copie. Perché le notizie siano a disposizione del pubblico, è necessario infatti attendere la consegna dei giornali ai punti vendita e l'acquisto delle copie da parte dei lettori.

La cadenza quotidiana consente un aggiornamento sugli eventi più frequente rispetto ai periodici, ma decisamente meno tempestivo rispetto a media moderni come la radio, la televisione o internet. Non consentendo aggiornamenti in divenire, il quotidiano non è il *medium* indicato per divulgare informazioni di servizio di cui si abbia immediata necessità. L'aggiornamento ha cadenza giornaliera, quando il giornale esce in edicola, le notizie ormai sono già vecchie. Chi acquista il quotidiano di solito non cerca la notizia in sé (della quale presumibilmente è già venuto a conoscenza attraverso internet, la radio o la tv), ma un approfondimento, la focalizzazione su un aspetto particolare, il racconto di un inviato sul posto o dei testimoni dei fatti.

Per fornire ai quotidiani un prodotto utilizzabile si può pensare di creare contenuti già pronti (articoli veri e propri), comunicati stampa che diano solo le notizie fondamentali da approfondire o fermarsi a lanci di agenzia che i giornalisti delle diverse testate svilupperanno. In ogni caso le risorse tecnologiche necessarie sono un pc con connessione a internet e una linea telefonica. Si può pensare anche alla possibilità di fornire fotografie in alta risoluzione, da allegare eventualmente all'articolo.

Nell'ottica della creazione di un network comunicativo per la Sala Operativa regionale, gli articoli pubblicati su quotidiani di carta stampata possono essere funzionali all'approfondimento, a sottolineare alcuni aspetti di ciò che è accaduto

⁴² Questa parola indica il termine ultimo entro il quale si deve realizzare e consegnare un servizio giornalistico, pena la sua mancata messa in onda o pubblicazione.

o che sta accadendo se la fase emergenziale è ancora in corso. Gli accorgimenti per scrivere su un quotidiano di carta stampata sono quelli che fanno capo al linguaggio giornalistico tradizionale: chiarezza, precisione, accuratezza e obiettività. Queste caratteristiche rispondono poi anche alle esigenze proprie della comunicazione in fase emergenziale.

Periodici

Le caratteristiche dei periodici sono molto simili a quelle dei quotidiani⁴³, anche se c'è la possibilità di inserire immagini a risoluzione più alta poiché la qualità della carta solitamente è migliore. Queste caratteristiche non risultano però determinanti in caso di emergenza.

La cadenza periodica accentua le criticità già individuate per i quotidiani cartacei. Che sia settimanale, quindicinale o mensile, il periodico per definizione non può soddisfare bisogni informativi immediati. Vale ancor di più quindi il criterio di affidare alla stampa periodica gli approfondimenti e non le informazioni di servizio e quelle ritenute più urgenti. Bisogna inoltre riflettere sulla reale possibilità di ottenere uno spazio tra le pagine di un periodico che vede già limitate nel tempo le proprie uscite e nelle dimensioni gli spazi a disposizione. Creare contenuti per un periodico è più impegnativo, laborioso e costoso rispetto ad altri canali, per esempio la radio o l'agenzia di stampa. Prima di iniziare si dovrebbe quindi avere la garanzia di aggiudicarsi uno spazio sul giornale. Più che offrire l'articolo già pronto, si potrebbe pensare quindi a limitarsi al lavoro della fonte, una sorta di ufficio stampa che offra contatti e materiale ai giornalisti che si occuperanno autonomamente di gestire e trasformare in un servizio.

Sotto il profilo del linguaggio, benché i caratteri di chiarezza, semplicità e completezza tipici del linguaggio giornalistico siano irrinunciabili, gli articoli contenuti nei periodici possono "osare di più" a livello stilistico. I periodi possono essere più corposi a livello di numero di pagine e quindi consentire servizi giornalistici più ampi. Inoltre, il possibile ricorso a note, fotografie, didascalie e ad eventuali grafici e tabelle di approfondimento consente di arricchire i contenuti presentati nel testo con elementi aggiuntivi.

Free press

Il punto di forza dei quotidiani *free press* è la gratuità, raggiunta con la copertura totale delle spese attraverso gli introiti pubblicitari. Il loro formato è ridotto rispetto ai quotidiani, con i quali condividono però gran parte delle criticità, *in primis* quelle legate ai tempi di produzione, stampa e consegna dei giornali in edicola.

⁴³ Cfr. paragrafo precedente.

Come per i quotidiani, la stampa *free press* è un canale meno tempestivo di altri e non consente l'aggiornamento in divenire; non è indicata per divulgare informazioni di servizio di cui si abbia immediata necessità. Inoltre la foliazione di questo tipo di giornali è più scarna e le pagine più piccole, quindi si ha meno spazio a disposizione per foto e approfondimenti rispetto ai quotidiani classici. Anche gli articoli – tranne quelli dedicati ai fatti del giorno – sono più brevi e sono spesso ripresi interamente dai lanci di agenzia. La più grande limitazione della stampa *free press*, soprattutto quella quotidiana, è legata alla diffusione: le maggiori testate gratuite sono distribuite infatti solo nelle grandi città, lasciando completamente scoperti i piccoli centri⁴⁴.

Il linguaggio congeniale agli articoli destinati alla stampa *free press* è molto vicino a quello utilizzato per i quotidiani tradizionali, anche se le dimensioni degli articoli sono limitate, essendo lo spazio a disposizione inferiore.

Lanci d'agenzia

I lanci di agenzia si dividono in due tipologie: i *flash* (notizie di una o due righe, che si limitano a comunicare l'evento in maniera secca e folgorante, in caso di fatti importanti o per dare il primo allarme) e a *take* (notizie concise costruite secondo la regola delle 5 W, non superiori a 24 righe, che seguono il *flash* e consentono un livello di approfondimento maggiore). Entrambi questi generi sono agevolmente realizzabili nell'ambito di un servizio di informazioni al pubblico in caso di emergenza. Si può pensare anche a incrementare la copertura di questo settore con un'agenzia radiofonica, in modo da realizzare un servizio utile non solo ai mezzi di carta stampata, ma anche alle radio e alle web radio. Nel caso in cui la Sala Operativa volesse esclusivamente fornire informazioni utili alla stesura di lanci di agenzia, dunque svolgere la funzione di ufficio stampa, basterebbe occuparsi della redazione di comunicati stampa che poi i giornalisti avranno il compito di trasformare in lanci d'agenzia. Il punto di forza di questo genere giornalistico è la possibilità di aggiornamenti puntuali sull'evento, dato che i lanci di agenzia non hanno una cadenza temporale stabilita e inderogabile come ad esempio accade per la carta stampata.

I lanci di agenzia non presentano gravi "controindicazioni", al contrario sono economici e di realizzazione abbastanza veloce. Rappresentano forse il punto di partenza per la creazione di un servizio. I lanci di agenzia possono essere approfonditi per un servizio giornalistico destinato alla carta stampata o alla televisione o trasformati in servizi radiofonici, contenuti per Ivrr, *newsletter*, ecc. Come per i quotidiani, le risorse tecnologiche necessarie sono un pc con connessione a internet e una linea telefonica. Anche in questo caso si può pensare di allegare alle notizie anche fotografie in alta risoluzione.

⁴⁴ In Lombardia esistono diversi quotidiani *free press*: 24minuti (Milano), Bergamo (settimanale), Brescia (Brescia e Verona, settimanale gratuito), City (Milano), DNews (Milano e Bergamo), EPolis (Milano), Leggo (Milano + edizione Lombardia), Metro (Milano).

Nella progettazione di un network comunicativo da attivare in caso di emergenza, si può pensare a un'agenzia di stampa gratuita che raggiunga il numero più alto possibile di media. La divulgazione di lanci di agenzia rende più agevole il lavoro per i giornalisti delle varie testate che in pratica trovano la notizia già pronta per essere inserita in pagina. Rappresentando un servizio gratuito, inoltre, può raggiungere anche le testate locali più piccole che magari non hanno disponibilità economica sufficiente per sottoscrivere abbonamenti con le agenzie di stampa classiche, come l'Ansa o l'Agi. In Lombardia sono presenti le redazioni centrali o locali di diverse agenzie di stampa, sia nazionali che locali: Ansa, Agi, Agr, Apcom, Area, Asca, Agus Italia, Dire, Emmegi, ifatti, Il Velino, Italpress, Reuters, Radiocor, Calendario, Guida Viaggi, Imedia Press, Adnkronos, A.Gi.Pa.Press, Omnimilano.

Lo stile di redazione delle notizie per le agenzie di stampa deve essere scarno; nel *lead*⁴⁵ devono trovare spazio ed essere immediatamente riconoscibili le 5 W (dove, chi, cosa, quando, perché) che identificano il fulcro della notizia. Da bandire la personalizzazione dello stile, così come è una strutturazione della notizia che rischi di apparire come una valutazione di parte. Attraverso il linguaggio si deve quindi tendere il più possibile all'obiettività e all'oggettività. Questo perché l'agenzia di stampa si pone l'obiettivo di offrire la notizia "secca", dando al giornalista tutte le informazioni essenziali e lasciando eventualmente a quest'ultimo gli spazi di approfondimento o valutazione di aspetti particolari degli eventi, ovvero di decidere il "taglio" da dare alla notizia.

6.2.2. Radio

Il mezzo radiofonico ha molti pregi: permette di raggiungere un pubblico ampio e indifferenziato attraverso messaggi veloci e tempestivi e, fattore da non sottovalutare soprattutto in caso di emergenza, può funzionare anche senza alimentazione elettrica, attraverso le batterie.

La caratteristica principale dell'informazione radiofonica, che la rende particolarmente efficace in situazioni di emergenza, è la tempestività. Attivare uno studio radiofonico o intervenire sul palinsesto radiofonico con una *breaking news* è infatti un'operazione semplice: per essere in onda è infatti sufficiente accendere un microfono e avere la linea per trasmettere. A differenza della carta stampata che ha una sola edizione al giorno, e della tv che ha una struttura tecnica complessa da attivare, l'informazione radiofonica è "leggera" e immediatamente aggiornabile, quindi sempre fresca.

La maggiore criticità dell'informazione radiofonica è la sua irripetibilità: la notizia scorre nel tempo e termina, senza che all'ascoltatore distratto o a quello

⁴⁵ Il *lead* è l'inizio, l'attacco del servizio. Il termine è utilizzato indifferentemente per gli articoli di carta stampata o la stampa *on-line* e i servizi radiofonici e televisivi.

che si è sintonizzato in ritardo abbia la possibilità di tornare indietro, come accade invece per le notizie che vengono lette. La radio, rispetto ad altri media, ha a disposizione solo il suono e le parole, non le immagini né la videografica, elementi che possono aiutare a comprendere meglio le informazioni veicolate. Inoltre di solito l'ascolto della radio non è un'attività esclusiva, al contrario si accompagna allo svolgimento di attività primarie, come la guida. Per questo è necessario tenere sempre desta l'attenzione del pubblico, con espedienti di costruzione linguistica o di lettura/interpretazione del testo.

Le notizie radiofoniche sono scritte per essere raccontate, e devono per questo avere la caratteristica della colloquialità, ma allo stesso tempo non perdere autorevolezza, soprattutto se si tratta di informazioni su eventi emergenziali. Oltre ad essere colloquiale, l'informazione radiofonica deve essere immediata, deve cioè inquadrare immediatamente il fatto in modo essenziale e preciso; e tendere alla completezza, intesa come aspirazione (mai pienamente raggiungibile) a fornire il numero maggiore di elementi fondamentali della notizia.

A livello linguistico, le notizie radiofoniche devono inoltre avere la caratteristica della concretezza, ovvero dire il maggior numero di concetti con il minor numero di parole; rispettare assolutamente le regole di grammatica e la *consecutio temporum*; rinunciare alle frasi lunghe e alle costruzioni complesse a favore di un linguaggio coordinato, con frasi brevi, evitando però brusche interruzioni del discorso. È utile inoltre ricordare che gli ascoltatori in radio non possono tornare indietro o ripetere l'ascolto più volte: è sempre possibile registrare un giornale radio, ma nel momento della sua trasmissione in diretta, esso non consente ripetizioni. A differenza di chi legge, che può scegliere autonomamente la velocità di ricezione del messaggio, chi ascolta un giornale radio, non solo non può rallentare il ritmo di esposizione, ma non può neanche concedersi tregue nell'ascolto, e soprattutto non può permettersi di perdere una battuta perché altrimenti non ha la possibilità di recuperarla. In questo senso il radioascoltatore non ha alcuna autonomia di percezione: se una notizia non è chiara non c'è nulla da fare: una volta andata in onda non è più recuperabile come tale. Chi scrive per la radio, deve quindi saper dosare la velocità e i contenuti dell'esposizione in modo da consentire al destinatario di fruire il messaggio senza affanno e senza ansia. Bisogna quindi evitare di costruire messaggi confusi e frettolosi, al contrario, il racconto deve risultare fluido, le scene ben inquadrate e collegate tra loro. Infine, ripetere soggetto e argomento nel corso del messaggio aiuta chi si è distratto o chi si è sintonizzato in quel momento a seguire agevolmente la notizia.

6.2.3. Televisione

La peculiarità dei servizi televisivi è la possibilità di disporre di diversi linguaggi: le parole, il testo scritto, ma soprattutto le immagini, in movimento e fisse. Attraverso queste ultime, si consente al pubblico di entrare nell'evento guardandolo con i propri occhi, fattore che permette un coinvolgimento emotivo

notevole rispetto ai fatti.

Il limite più evidente dell'informazione veicolata attraverso il mezzo televisivo è che questo canale richiede molto tempo per la preparazione del materiale e una serie di strumenti tecnologici sulla cui qualità si può rinunciare a scapito però della qualità dei servizi stessi. Per le esigenze di risparmio economico imposte dalle testate, negli ultimi anni la figura del giornalista televisivo è mutata profondamente invadendo il campo di altre professionalità che prima lo affiancavano nel lavoro. In molti casi di fatto il giornalista è infatti anche operatore e montatore: a meno che non si tratti di un evento particolarmente significativo o che necessiti di effetti di montaggio particolari, nelle televisioni minori – negli ultimi anni anche Mediaset ha sposato in parte questa nuova filosofia - il giornalista si reca da solo sul posto, gira le immagini con una *handycam*⁴⁶ e torna in redazione dove si occupa autonomamente del montaggio delle immagini, realizzando un prodotto completo e pronto ad essere inserito nel circuito televisivo. Il target di popolazione raggiungibile attraverso la televisione è molto ampio. Gran parte degli italiani si informa esclusivamente attraverso la televisione⁴⁷.

Il linguaggio dell'informazione televisiva si compone di tre elementi: le immagini, i suoni, le parole. Il messaggio è il prodotto della commistione di questi tre fattori combinati in una struttura che deve risultare coerente, efficace ed elegante. La fase finale, attraverso la quale il messaggio assume forma compiuta, è il montaggio, ovvero "l'operazione che serve a mettere insieme concretamente assieme gli elementi, secondo la struttura prevista"⁴⁸. Avere a disposizione più linguaggi consente di veicolare molte informazioni contemporaneamente e di supplire con un linguaggio alle carenze di un altro, ottenendo come risultato a livello di efficacia più che la semplice somma dei vari fattori.

Le immagini possono essere in movimento, fisse (foto, diapositive o fermo immagine), o grafiche (cartelli grafici se fissi, animazioni se in movimento). Queste ultime sono utili quando non sono ancora disponibili immagini o per visualizzare situazioni complesse che le stesse immagini non sono in grado di rendere opportunamente. In situazioni di emergenza, nei primi momenti di concitazione, una cartina geografica può essere il modo più adatto a localizzare immediatamente un avvenimento. In un secondo momento, se in redazione non sono ancora giunte le immagini dell'evento, sarà possibile aggiungere il movimento, animando le immagini.

L'uso dei suoni si può dividere in tre grandi sezioni: il suono come sottofondo, per segnalare un cambiamento di situazione o in primo piano. Attraverso l'uso del suono il giornalista sembrerà immerso nell'evento, il suo racconto più credibile e il coinvolgimento dello spettatore sarà maggiore.

⁴⁶ Telecamera amatoriale che si può tenere e manovrare con una sola mano.

⁴⁷ I dati del Censis sulle elezioni politiche del 2009 sostengono questa tesi: l'istituto di ricerca socioeconomica ha infatti certificato che la tv è stato il principale medium utilizzato dagli italiani per formarsi un'opinione sull'offerta politica. Il 69,3% degli elettori si è informato attraverso il piccolo schermo, percentuale che sale se si isolano le categorie dei pensionati (78,7%), dei soggetti meno istruiti (76%) e le casalinghe (74,1%).

⁴⁸ Sandro Petrone, *Il linguaggio delle news*, Etas, 2004.

In televisione trovano spazio sia le parole dette che quelle scritte. Per parole scritte si intendono i sottopancia (scritte in sovrapposizione nella parte bassa dello schermo), i veri e propri testi sullo schermo (norme e provvedimenti, numeri e statistiche, dichiarazioni, sottolineature) e i sottotitoli, cioè la trascrizione del canale audio che consente anche ai non udenti di seguire il servizio nella sua completezza.

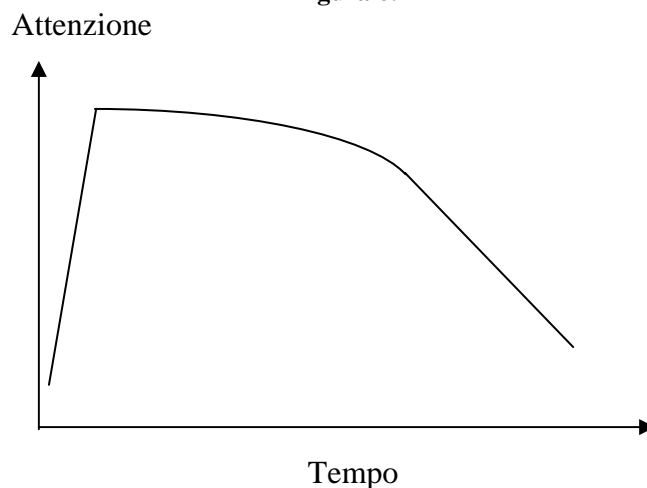
Scrivere il testo per un servizio televisivo significa innanzitutto scrivere per un pubblico indifferenziato, di massa. Per questo lo stile deve essere colloquiale, evitare costruzioni complesse e puntare alla comprensione immediata. Fin dall'attacco si deve capire qual è la notizia, il tema del servizio, in modo immediato, evitando di essere approssimativi, generici e vaghi, soprattutto se il servizio televisivo riguarda una situazione emergenziale. Il testo deve essere ben amalgamato con le immagini, deve saperne potenziare l'effetto narrativo, puntando a uno stile coinvolgente e accattivante, senza rinunciare alla precisione, ai dettagli e alla comprensibilità. La chiarezza, elemento irrinunciabile, è data dalla semplicità e dalla linearità, da ricercare anche quando si devono utilizzare termini tecnici, come spesso accade nell'informazione della Protezione Civile. In questo caso è utile sostituire il lessico specifico con parole più vicine alla comprensione di massa e, quando questo non è possibile, è opportuno spiegarne il significato per rendere il messaggio accessibile a tutti. Seguendo le regole che riguardano in generale la scrittura giornalistica, l'uso di frasi coordinate è da preferire a quelle subordinate. La coordinazione dà più respiro a ogni singola frase e si presta meglio a un montaggio in cui ogni frase corrisponde a una sequenza o un'inquadratura, grazie al quale testo e immagini procedono in sincronia. La sincronia è una regola fondamentale del linguaggio televisivo: una asincronia tra parole e immagini genera infatti distrazione. La sincronia deve poi corrispondere a una sintonia non solo di argomenti ma anche di tempi e ritmi.

Un'altra osservazione da tener presente riguarda le cifre: è sempre meglio dare pochi numeri e arrotondarli se sono troppo complessi da leggere. In situazioni di emergenza è facile trovarsi in condizione di dover fornire dati precisi: in questo caso ci si può appoggiare all'infografica, a cartelli, tabelle o grafici.

Perché venga recepito dai telespettatori, un servizio televisivo non può avere durata superiore a un minuto e mezzo, due al massimo. Bisogna poi ricordare che vivere un'emergenza comporta anche stati d'animo particolari, una ipersensibilità e livelli di agitazione e di stress più alti del normale. I comunicatori della Protezione Civile che prenderanno in carico la produzione di servizi televisivi dovranno tenere sempre presente la condizione particolare in cui verte il loro pubblico. Soprattutto nelle situazioni di emergenza è fondamentale attirare immediatamente l'attenzione degli spettatori: questo è possibile attraverso immagini iniziali efficaci, un punto chiave visivo, ovvero un up sound (effetto sonoro) evocativo o eloquente o una frase d'attacco brillante. In questo modo l'attenzione televisiva può raggiungere un livello medio alto che può essere conservato per circa 30-50 secondi. In questo tempo è necessario condensare tutte le informazioni più rilevanti, poiché dopo i primi 50 secondi subentra un primo calo di attenzione. Un espediente per contrastare questo primo cedimento è l'utilizzo di una serie di immagini efficaci, un cambiamento di tema nel testo, un

effetto sonoro o una breve pausa nell'esposizione. Si arriva così intorno ai 70-80 secondi, quando l'attenzione cala nuovamente in modo brusco. Quando si raggiungono i 100-120 secondi, è facile che lo spettatore si distraiga, si annoi o giunga alla saturazione cognitiva, per questo è utile che tutte le cose importanti siano state già comunicate. L'abilità del giornalista sta dunque nell'attrarre immediatamente l'attenzione e cercare di sostenerla nei momenti di calo, utilizzando le immagini e gli *up-sound* migliori.

Figura 6.2



A livello di contenuti bisogna tener sempre presenti le regole di base del linguaggio giornalistico, prima fra tutte la regola delle 5W. Ogni servizio dovrà per questo contenere le informazioni basilari che rispondono a cinque domande: chi?, cosa?, dove?, quando?, perché?; in inglese *who?*, *what?*, *where?*, *when?*, *why?*. La necessità di anticipare le possibili domande del pubblico, inquadrando immediatamente il tema, assume peso maggiore se riguarda notizie circa situazioni di emergenza. Accanto alla regola delle 5W, chi si occupa di informazione in caso di emergenza, dovrà rispettare anche la cosiddetta regola della “piramide invertita”, in base alla quale bisogna porre gli elementi più rilevanti all’inizio, già nel *lead*, nell’attacco, e lasciare quelli secondari e i dettagli in una posizione subordinata, secondo un ordine decrescente di importanza.

Figura 6.3



Outdoor tv

Le *outdoor tv* rappresentano un sistema di televisione digitale a circuito chiuso che ha come obiettivo la trasmissione di informazioni di pubblica utilità, pubblicità, notizie di attualità o contenuti di intrattenimento in luoghi ad alta frequentazione, come aeroporti, stazioni ferroviarie o della metropolitana, centri commerciali, punti di ristoro degli ospedali, autogrill, mezzi di trasporto, uffici postali, hotel o supermercati. Gli schermi per la visualizzazione possono essere di qualsiasi tipo - monitor, proiettori o pannelli - collegati a un centro di elaborazione dati gestito da un'azienda esterna che si occupa del posizionamento e della gestione degli schermi televisivi e affida o gestisce direttamente gli spazi pubblicitari. Si possono stringere accordi con queste agenzie, istituire dei protocolli in base ai quali, in caso di criticità, il normale flusso pubblicitario o informativo venga interrotto per lasciare spazio alle notizie riguardanti l'evento emergenziale. In alcuni casi non c'è l'audio quindi le immagini devono essere accompagnate da infografica; il pubblico è spesso in movimento e comunque si trova in un luogo di aggregazione e ad alta frequentazione, quindi affollato e rumoroso.

Per garantire la funzionalità di una *outdoor tv* è necessario un sistema tecnologico che consenta la gestione e la manipolazione di dati in formato non omogeneo, e di utilizzare tecnologie di telecomunicazione miste che permettano di governare un numero illimitato e variabile di dispositivi audio-video. Si deve inoltre implementare una metodologia di rappresentazione grafica adeguata alle moderne esigenze multimediali. Le aziende che gestiscono questi canali spesso producono pacchetti pronti per la messa in onda completi di contenuti, infografica e speakeraggio; ma possono anche fornire il solo servizio tecnico grafico su contenuti prodotti dal cliente. Se Protezione Civile dovesse scegliere di creare autonomamente i propri contenuti, dovrebbe adeguarsi alle caratteristiche multimediali e tecnologiche del canale e quindi affidarsi all'azienda che gestisce il canale per il supporto tecnico ai propri servizi.

Nella città di Milano un sistema di *outdoor tv* è già presente nelle stazioni ferroviarie e della metropolitana e negli aeroporti, gestito dall'azienda Telesia che per il 2010 ha previsto "un ampliamento significativo del network della tv della metropolitana di Milano con il raddoppio delle stazioni coperte e ulteriori 100 schermi installati"⁴⁹, per questo si potrebbe sfruttare un sistema di comunicazione già collaudato. Il flusso di viaggiatori nella regione Lombardia è molto alto, di conseguenza il pubblico potenzialmente raggiungibile attraverso questo canale è sostanzioso.

Il linguaggio adottato per la *outdoor tv* è molto simile a quello dell'informazione televisiva, anche se è auspicabile che sia più semplice e schematico, possibilmente corredato di infografica, per favorire la fruizione del messaggio in luoghi pubblici che sono spesso affollati e rumorosi.

⁴⁹ Dal sito www.telesia.it.

Il pubblico di questo tipo di televisione è costituito principalmente da pendolari o viaggiatori in attesa alle fermate della metro o nelle stazioni ferroviarie, quindi un pubblico di composizione molto variegata e indifferenziato: la scelta del linguaggio deve quindi tener conto di questo aspetto e presentare un alto grado di semplicità e comprensibilità.

Lo stile deve essere rapido e accattivante, le immagini veloci e spettacolari per catturare l'attenzione del pubblico in movimento o in sosta in attesa di un mezzo di trasporto. Il palinsesto delle *outdoor tv* solitamente è costruito a blocchi di pochi minuti in cui si alternano news, intrattenimento e pubblicità. Nel caso in cui Protezione Civile scegliesse di utilizzare questo canale elusivamente per la comunicazione in caso di emergenza, si dovrebbe stabilire una procedura in base alla quale i blocchi di contenuti vengano frammentati per lasciare spazio alle notizie emergenziali in tempo reale. Se invece si decidesse di sfruttare questo canale anche per la trasmissione di contenuti riguardanti Protezione Civile in situazioni di normalità, si potrebbero produrre (o dare mandato alla stessa agenzia che gestisce la tv) contenuti televisivi da inserire nel palinsesto, dedicati alla cultura di Protezione Civile o alle sue attività sul territorio regionale.

Televideo

La peculiarità del televideo è la possibilità di aggiornamento veloce e costante da una postazione centrale che gestisce i fascicoli dedicati al servizio. Il programma di gestione delle pagine può essere anche caricato su un computer della Sala Operativa regionale, al quale però si potrà accedere esclusivamente con un sistema di password, quindi garantendo un alto grado di sicurezza al servizio.

Gli aspetti critici di questo mezzo sono: la possibilità di gestire un numero limitato di pagine e di una quantità ridotta di testo; è accessibile attraverso la televisione o internet, quindi ha la necessità di essere veicolato da un altro mezzo. Il televideo non consente un alto grado di approfondimento, dà solo le informazioni basilari e rimanda ad altri canali, per esempio siti internet, per notizie più dettagliate. Deve essere gestito da un operatore che si occupi di inserire il testo in pagina attraverso un programma di gestione delle cartelle del televideo, tramite personal computer poiché attualmente l'unico programma in grado di gestire le pagine del televideo Rai non è supportato da dispositivi *mobile* come il blackberry.

Il linguaggio da utilizzare per comunicare attraverso il televideo deve essere semplice e schematico, tener conto degli spazi limitati del mezzo (sia delle righe per pagina che dei fascicoli a disposizione) e sottostare a una serie di criteri grafici forniti dalla Rai, se si tratta di pagine del servizio pubblico. È possibile utilizzare colori diversi per sottolineare ad esempio la causa dell'evento o il territorio interessato, per far sì che l'attenzione del telespettatore venga immediatamente attirata e indirizzata verso le informazioni basilari.

6.2.4. Media on-line

Internet rappresenta la nuova frontiera della comunicazione e dell'informazione di massa. Tempestività, immediatezza, fruizione da dispositivi mobile, possibilità di utilizzare più linguaggi contemporaneamente, spazi di scrittura e archiviazione potenzialmente infiniti, sono queste le caratteristiche più evidenti che collocano la rete in una posizione di vantaggio rispetto agli altri mezzi di comunicazione. Internet rappresenta un luogo virtuale in grado di ospitare numerosi linguaggi, appartenenti alle categorie più disparate: dalla radio alla tv, dal televideo alla carta stampata. Ciascuno di questi canali mantiene in internet alcune delle caratteristiche che lo contraddistinguono nel suo formato classico, ma acquisisce peculiarità differenti nella sua declinazione sul web. Internet deve essere infatti utilizzato per ampliare il potere ed esaltare le potenzialità dei vari media. Per far questo è però necessario conoscere i differenti linguaggi e le caratteristiche dei vari canali che in questo grande contenitore trovano una nuova collocazione.

Stampa on-line

Il primo tratto distintivo della stampa *on-line* è la multimedialità, ovvero la possibilità di utilizzare in modo combinato più linguaggi (scritto, parlato, visivo e sonoro, ma anche la grafica e in alcuni casi l'animazione). La presenza della rete garantisce da un lato l'aggiornamento delle notizie in tempo reale, cioè la fornitura immediata delle informazioni in arrivo, senza i limiti temporali dei giornali a stampa (una volta al giorno) o dei giornali radio o dei telegiornali (più volte al giorno ma a ore fisse); dall'altro rende nulli i limiti di spazio, dando la possibilità di assicurare al lettore un'informazione non condizionata dal numero delle pagine o dal tempo a disposizione e un archivio a sua volta potenzialmente illimitato.

Attraverso il sistema dei *link* si può accedere a numerose pagine interne e ramificate e a un grande numero di contenuti multimediali (foto, contributi audio, video). L'ipertestualità consente l'approfondimento dell'informazione corrente sia con altre informazioni correnti, sia con informazioni pregresse e memorizzate nella banca dati del giornale e anche – eventualmente, con le fonti delle informazioni.

Da sottolineare anche l'interattività, cioè la possibilità di stabilire un contatto continuato col lettore, che non solo è messo in condizioni di ricercare nel giornale le informazioni che vuole e di stabilire un proprio percorso di lettura, ma è invitato a lasciarsi coinvolgere, interagendo con la redazione, esprimendo i suoi giudizi sui testi letti, rispondendo ai sondaggi proposti, partecipando ai cosiddetti "forum" di discussione. Questo elemento può rivelarsi utile sia nelle emergenze, sia nelle situazioni di normalità, poiché è fondamentale stabilire e mantenere un contatto con il pubblico e incoraggiare il *feedback*. La stampa on-line prende in prestito dal web anche la caratteristica della personalizzazione, ovvero la facoltà per il lettore di chiedere particolari informazioni e di stabilire il gradimento di alcuni testi attraverso i "contatti", cioè il conteggio delle letture.

Nel momento in cui si procederà alla progettazione di un network informativo della Protezione Civile, bisognerà stabilire se si vuole creare un contenitore ex novo, ovvero un vero e proprio giornale *on-line* sulla Protezione Civile o creare contenuti per i media già esistenti. La prima soluzione risulta sicuramente economicamente più onerosa, fattore che costituirebbe l'elemento critico di maggior peso; la seconda permetterebbe invece di avere accesso con uno sforzo decisamente inferiore a una quantità notevole di canali preesistenti sfruttandone caratteristiche, pubblico e punti di forza. Nel caso si optasse per questa ipotesi, le criticità sarebbero ridotte al minimo.

Scrivere per un quotidiano on-line non significa semplicemente scrivere un testo: per sfruttare a pieno le potenzialità della stampa on-line si dovrebbero infatti prevedere contenuti aggiuntivi (*link* ipertestuali, foto, video, audio). Per far questo è necessario quindi incrementare anche gli strumenti tecnologici.

Alla base delle scelte linguistiche relative alla produzione di testi destinati a internet, c'è un principio mutuato dall'informatica e racchiuso nell'acronimo "*kiss*", "*keep it simple, stupid*", (rendilo semplice, stupido), ovvero mantieni uno stile di programmazione semplice e lineare; principio che, in campo comunicativo, si declina nell'espone le cose nel modo più semplice e chiaro possibile, in modo che il lettore possa immediatamente comprenderle. Un testo per il web dovrebbe essere innanzitutto breve, per ovviare alla maggiore difficoltà e lentezza nella lettura attraverso lo schermo rispetto alla carta stampata. I testi dovrebbero nascere direttamente per la pubblicazione on-line (da evitare il *repourposing*, il trasferimento su internet di testi pensati per la carta stampata) ed essere legati alle esigenze di fruizione. Il testo deve essere molto scandito e possibilmente suddiviso in sottoparagrafi graficamente distaccati e spezzettato anche attraverso forme linguistiche differenti, grafiche o visive. Per semplificare un paragrafo lungo è preferibile scomporlo in liste puntate per consentire al lettore di individuare immediatamente le singole voci. Dal punto di vista strettamente linguistico le costruzioni verbali in forma attiva sono da preferire a quelle in forma passiva, le parole semplici e di facile comprensione a termini più ricercati che fanno apparire il giornalista più colto ma che rischiano di risultare incomprensibili al lettore medio. Il lettore deve essere sempre al centro delle attenzioni di chi scrive, per cui, nel caso specifico del web, bisogna cercare di rendergli la navigazione piacevole e facile, soprattutto in caso di comunicazione emergenziale.

Siti internet

Il sito internet può essere immaginato come una sorta di grande contenitore che ospita la maggior parte dei canali comunicativi individuati in questa sezione. Si tratta di un luogo virtuale illimitato nel quale i contenuti veicolati attraverso alcuni canali trovano una dimensione spazio-temporale ulteriore che si va ad affiancare a quella classica. Così, per esempio, gli articoli pubblicati dai quotidiani cartacei possono essere riproposti in formato PDF, sia per esigenze di lettura che di archivio. Allo stesso modo possono essere riproposti sul web anche i servizio

televisivi o radiofonici. Accanto a questi possono essere poi ideati contenuti che vadano a sfruttare questo spazio nelle situazioni di normalità, con approfondimenti sulle attività della Protezione Civile lombarda e appuntamenti dedicati alla cultura della Protezione Civile.

Si può pensare di implementare l'attuale sito internet della Protezione Civile regionale con una sezione "Comunicazione" molto ampia ma subordinata allo scheletro già esistente; oppure creare un sito ex-novo, incentrato esclusivamente sulla funzione comunicativa della Sala Operativa regionale. La prima opzione permetterebbe di sfruttare un sito già conosciuto dalla popolazione, la seconda ha il pregio di lasciare ampia discrezionalità nella costruzione del sito, il cui progetto verrebbe così disegnato in modo da rispettare in pieno le esigenze comunicative della Sala. In ogni caso si potrebbe pensare a un sito a forte vocazione multimediale, con una sezione dedicata alla stampa nel senso più ampio possibile del termine, quindi con contenuti testuali, audio e video, con una web radio e una web tv, ma anche con *blog* e collegamenti ai *social network*. Questa scelta porrebbe l'eventuale Ufficio comunicazioni della Sala Operativa come fornitore di canali e non solo di contenuti e presupporrebbe l'esistenza di una vera e propria redazione giornalistica strutturata. In ogni caso il sito potrebbe essere sfruttato nell'arco dell'intero anno e non solo in caso di emergenza. Con la fidelizzazione del pubblico si può infatti mirare a diventare una fonte accreditata sia per i media che per i cittadini e far sì che il sito diventi un punto di riferimento per chi vuole conoscere le attività della Protezione Civile regionale in situazioni di normalità, e vuole informarsi a 360 gradi in caso di emergenza. La struttura del sito dovrebbe cambiare in modo evidente in caso di emergenza (colore, forma e grafica, eventuali elementi lampeggianti) per attirare maggiormente l'attenzione dell'utente sulle informazioni più rilevanti. Nella progettazione di un sito internet sono infine da rispettare i 22 requisiti tecnici della Legge n. 4 del 9 gennaio 2004, la cosiddetta legge Stanca, che contiene le disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici.

Il grado di penetrazione di questo canale è potenzialmente elevato poiché comprende tutti coloro che sono connessi a internet. Si può anche offrire una versione più leggera del sito, fruibile dai dispositivi mobili, come il telefono cellulare o il blackberry, che altrimenti rischiano di non reggere il peso dei contenuti multimediali presenti sulla versione completa del sito.

Se si pensa al sito internet come un grande contenitore per gli altri canali, ci si rende presto conto che non può esistere un unico linguaggio adatto a veicolare le informazioni. Di qualsiasi canale (web radio o tv, Ivr, *blog* ecc.) dovranno essere dunque esaltate le potenzialità con linguaggi adatti e appropriati al mezzo. Per questo rimandiamo alle osservazioni sul linguaggio relative ai singoli canali, ricordando però che nel sito internet i canali e i linguaggi devono coesistere ed è quindi necessario progettare uno scheletro grafico e linguistico generale adeguato e flessibile.

Web radio

La web radio è una radio trasmessa via internet, in alcuni casi in diretta, in altri attraverso file pre-registrati. Questo *medium*, attraverso un aggiornamento veloce e costante, dà la possibilità di offrire un prodotto informativo sempre “fresco”, disponibile praticamente in tempo reale; permette un buon grado di approfondimento attraverso link a contenuti esterni o la cronologia degli aggiornamenti precedenti. Essendo fruibile attraverso internet, questo tipo di radio può essere ascoltata da tutte le parti del mondo e permette l’interattività con il pubblico, attraverso almeno tre servizi: l’e-mail di servizio (richiesta informazioni o espressione consigli, lamentele o apprezzamento), il forum di discussione (pagine web del sito dedicate ad argomenti vari proposti dall’emittente o dagli ascoltatori, sui quali questi ultimi possono dibattere sotto la supervisione di un moderatore), la bacheca (un luogo virtuale dove poter lasciare un messaggio che gli altri visitatori possono leggere).

La web radio è un mezzo versatile ed elastico: una parte dei contenuti può essere infatti trasmessa in diretta, un’altra parte invece registrata, “impacchettata” e inviata sul server a disposizione di chi si collega. Si può quindi scegliere questa seconda tipologia di messa in onda - una sorta di *radio-on-demand* – per la comunicazione quotidiana non emergenziale. In caso di emergenza, invece, si deve ricorrere alla trasmissione in diretta, per recuperare le caratteristiche fondamentali del messaggio radiofonico. In questo modo la web radio diventa una radio a tutti gli effetti, conservandone il forte impatto comunicativo, con il vantaggio di poter far riascoltare i messaggi a chi per distrazione o difficoltà di comprensione non li ha percepiti bene). Attraverso il sistema *on demand* infatti si offre all’utente la possibilità di riascoltare un numero infinito di volte il messaggio informativo, superando l’irripetibilità che rappresenta uno dei più gravi limiti del messaggio radiofonico classico.

Le criticità relative alla web radio riguardano le possibili difficoltà nella gestione tecnica del sito da parte del server che possono comportare l’impossibilità di accesso alla radio oltre un certo numero di contatti (verificare se è vero, perché con la diffusione della banda larga questa criticità potrebbe essere venuta meno). Per ascoltare una web radio è inoltre necessario disporre di una connessione veloce e avere una certa confidenza con il computer e internet. È per questo sconsigliato affidarsi esclusivamente alla web radio, nel caso in cui si vogliano informare soggetti anziani e bambini. Al contrario, l’ascolto della web radio è comodo soprattutto per chi lavora con il computer, per i giovani e i giovanissimi, ovvero i soggetti tendenzialmente più aperti all’utilizzo delle nuove tecnologie digitali (un pubblico comunque mediamente esperto).

Il linguaggio da utilizzare e le scelte stilistiche da mettere in pratica nella costruzione di messaggi destinati alle web radio sono quelli tipici dei messaggi radiofonici. Si rimanda pertanto al paragrafo dedicato alle radio⁵⁰.

⁵⁰ *Ibi*, pag. 33 e sgg.

Web tv

La web tv – ovvero la televisione sul web – è un *medium* che sfrutta le peculiarità sia dell'informazione per immagini che di internet. Essendo gestita on line sono possibili aggiornamenti costanti e frequenti, anche se meno tempestivi rispetto alla stampa on line in quanto la preparazione di contenuti televisivi necessita di maggiore tempo.

Per rendere più comoda la fruizione di contenuti attraverso una web tv, si può offrire una visione a grappolo delle notizie, in modo che l'utente non sia costretto a seguire per intero il telegiornale notizia dopo notizia, ma possa saltare ciò che non gli interessa e arrivare direttamente a quello che vuole seguire. Per consentire all'utente di far questo senza incontrare difficoltà e senza perdersi, il sito deve avere la caratteristica dell'usabilità (Jakob Nielsen, la proprietà di un sito che lo rende facile da usare e navigare), ovvero permettere al navigatore di rispondere in qualsiasi momento a tre quesiti fondamentali: dove sono? Dove sono stato? Dove posso andare?

La trasmissione attraverso il web consente un'elasticità nei tempi sconosciuta ai format televisivi classici. In assenza di tempi ristretti dettati dalla struttura rigida dei palinsesti televisivi tradizionali, è possibile riservare spazio anche ad argomenti non strettamente legati all'emergenza, ma alla prevenzione e alla promozione della cultura di Protezione Civile. Sfruttando l'infinità degli spazi propria di internet, le web tv possono mettere a disposizione degli utenti un ampio archivio e hanno la possibilità di ampliare l'offerta informativa con link a contenuti aggiuntivi sia interni che esterni al sito. Ancora legata alle peculiarità del web, è la disponibilità di fruire i messaggi 24 ore su 24, senza che sia richiesta la presenza fisica di un operatore che curi la messa in onda.

Le criticità relative alla web tv riguardano soprattutto gli aspetti tecnologici: le immagini trasmesse devono essere di qualità non altissima, altrimenti sarebbero troppo "pesanti", sono possibili disagi legati alla connessione internet, l'ambiente della pagina web può distrarre il lettore dal contenuto del messaggio.

Il grado di penetrazione di questo canale, come per le web radio, è limitato a chi ha accesso a una connessione internet veloce e a chi ha dimestichezza con il mondo del web, dunque a utenti mediamente esperti.

Nel produrre contenuti per una web tv, bisognerà porre attenzione non solo al linguaggio televisivo, ma anche alla costruzione del sito che ospita la finestra televisiva; attenzione alla durata massima dei servizi. Evitare paragrafi lunghi, prediligere frasi brevi, in forma di coordinate piuttosto che di subordinate, verbi coniugati al presente o al passato prossimo e nella forma attiva. Titoli di poche parole che richiamino l'attenzione facendo comprendere subito l'argomento del pezzo, con un piccolo sommario di accompagnamento.

Social network

I *social network* sono uno strumento moderno di comunicazione che permette la divulgazione di notizie attraverso una pagina consultabile via internet sulla quale è possibile pubblicare *post*, *link*, fotografie e video. I siti di social network consentono la creazione di un profilo pubblico o semi-pubblico all'interno di un sistema predefinito, l'articolazione di una lista di contatti, la possibilità di visualizzare la lista dei propri contatti. I principali *social network* in Italia sono Facebook e Twitter. Gli utenti iscritti a questi servizi creano profili con la possibilità di inserire fotografie e liste di interessi personali, scambiano messaggi privati o pubblici e fanno parte di gruppi di amici.

Nell'ottica di un progetto di comunicazione in fase di emergenza, i punti di forza dei *social network* sono la rapidità e la facilità di aggiornamento attraverso un'interfaccia molto intuitiva semplice da utilizzare. In diversi casi, come il terremoto in Abruzzo del 6 aprile 2009, gli utenti in rete hanno segnalato la notizia prima dei media tradizionali. Questo genere di siti include inoltre servizi disponibili anche sul dispositivo mobile, come la possibilità di caricare contenuti, di ricevere e rispondere ai messaggi, di scrivere sulla bacheca degli altri utenti e di navigare all'interno del network. L'alto grado di feedback ottenibile tramite questo canale può avere però un effetto boomerang. Infatti le informazioni pubblicate sono immediatamente commentabili da chi fa parte della rete di contatti. In questo modo si ha un riscontro immediato sulle singole notizie da parte del pubblico, riscontro che può non essere positivo e dunque creare problemi di gestione delle critiche e delle eventuali rettifiche. Sarebbe quindi auspicabile dotarsi di un filtro in modo che i commenti alle notizie, prima di essere pubblicati, vengano convalidati, presumibilmente da un moderatore.

L'utilizzo dei *social network* negli ultimi anni ha registrato un'impennata sorprendente: il solo Facebook in Italia conta ad oggi più di 13 milioni di utenti, ovvero circa il 60 per cento della popolazione connessa alla rete. Secondo l'Osservatorio Facebook⁵¹, a crescere nell'ultimo anno sono state soprattutto le fasce d'età fino a 18 anni e gli ultra cinquantenni. Circa l'80 per cento dei giovani dai 19 ai 24 anni risulta iscritto a questo *social network*. I dati sopraccitati ci suggeriscono dunque il target di popolazione potenzialmente raggiungibile attraverso questo canale.

I *social network* possono essere gestiti sfruttando a pieno le potenzialità di internet. La comunicazione è quindi ipertestuale e si serve di diversi canali (link, video, audio, foto); il linguaggio varia in base al tipo di aggiornamento (in tempo reale o di approfondimento) ma si mantiene molto vicino a quello utilizzato per la stampa on line, con frasi chiare, brevi e semplici e diviso in sottoparagrafi che facilitino la lettura attraverso lo schermo.

⁵¹ La fonte dei dati è la piattaforma di Advertising di Facebook.

Blog

I *blog*⁵² sono strutturati come diari pubblicati *on-line* che seguono l'ordine cronologico inverso: l'ultima cosa scritta appare per prima, in alto. Aggiornare un *blog* significa aggiungere un articolo (nel gergo di internet, un *post*) che poi può essere commentato. Alcuni *blog* propongono una classificazione per temi. Dai *blog* si stanno sviluppando nuovi stili di comunicazione, i *Moblog* (*blog* con contenuti creati tramite dispositivi mobili come i telefoni cellulari), i *Vlog* (*blog* con contenuti video, usando servizi come YouTube), i *Podcast* (contenuti audio o video scaricabili in modo automatico⁵³).

Il mondo dei *blog* è completamente libero, per questo essi di per sé non rappresentano un canale affidabile dal punto di vista della verifica delle notizie. Nella comunicazione in emergenza, la credibilità rappresenta però un elemento basilare per giudicare l'attendibilità delle notizie e della fonte stessa. Per utilizzare un *blog*, bisognerebbe quindi innanzitutto conferirgli un'impronta decisamente istituzionale dal punto di vista delle fonti e giornalistica rispetto al linguaggio. In questo modo il *blog* abdicerebbe però alla sua natura per trasformarsi in un canale molto più vicino alla stampa *on-line*, perdendo le sue caratteristiche di strumento di informazione alternativa, informale e veloce. In caso di emergenza, il *blog* non soddisfa a pieno i bisogni informativi dei cittadini; sarebbe perciò preferibile investire direttamente su canali più istituzionali, anche innovativi dal punto di vista tecnologico, come la stampa *on-line*, le web radio e le web tv.

Il *blog* può però essere inserito in un contesto più istituzionale, come il sito internet o il giornale *on-line*, per offrire un punto di vista diverso, particolare sull'evento. Questo elemento è però secondario rispetto all'obiettivo primario di un servizio di comunicazione in caso di emergenza. Sarebbe quindi più opportuno concentrarsi, almeno inizialmente, sulle informazioni più rilevanti per poi offrire servizi aggiuntivi, solo in un secondo momento. Perché un *blog* attiri l'attenzione e venga seguito, è inoltre importante che sia curato da un personaggio importante del settore o da grandi firme del giornalismo, come accade per i siti dei maggiori quotidiani *on-line*. Inoltre, come per i *social network*, esiste il problema nella gestione dei commenti una volta che sono stati pubblicati. Anche in questo caso è auspicabile la presenza di un moderatore.

C'è però la possibilità di accedere al mondo dei *blog* in un modo forse più adatto alle esigenze della Protezione Civile, ovvero attraverso un servizio informativo (testuale, audio o video) standardizzato. In questo modo si dà la possibilità ai *blogger* di avere sulla propria pagina uno spazio dedicato alle informazioni della Protezione Civile, anche solo in caso di emergenza. In questo modo si può raggiungere il "popolo dei *blog*" attraverso un canale che resta però istituzionale e che in quanto tale offre tutte le garanzie di attendibilità dalle quali un servizio di comunicazione emergenziale non può assolutamente prescindere.

⁵² Il termine *blog* è la contrazione di *web-log*, ovvero diario in rete.

⁵³ Si parla di *podcast* quando il gestore di un sito (soprattutto *blog* ma sempre più spesso anche testate informative on-line come radio, giornali e televisioni) mette a disposizione per il download automatico file audio o video. L'automatismo è garantito dall'iscrizione al servizio tramite *feed RSS*, ossia un sistema di aggregazione e scaricamento di *file* ad ogni loro aggiornamento.

I *blog* sono pagine web e in quanto tali sono fruibili esclusivamente attraverso la rete. Per distribuire i contenuti del *blog* attraverso altri canali fruibili in modo più rapido esiste la tecnologia dei *feed* RSS, degli aggregatori di news disponibili anche gratuitamente su internet. Anche la riflessione sul grado di penetrazione di questo canale non può prescindere dal considerare il *blog* come spazio di espressione di un particolare punto di vista, che veicola opinioni piuttosto che informazioni, quindi meno formale e istituzionale. In caso di emergenza è presumibile che il cittadino cerchi una fonte credibile e attendibile, piuttosto che affidarsi a un *blogger*. Pertanto, benché il numero di potenziali lettori coincida con i soggetti connessi a internet e quindi sia molto alto, in realtà in caso di crisi non ci si aspetta un gran numero di accessi al *blog*, anche se è dedicato all'evento. È più probabile che il diario on line venga letto in un secondo momento, magari in una fase meno pressante dell'emergenza.

Il linguaggio naturale del *blog* è molto informale, familiare e decisamente poco istituzionale, è il linguaggio di un diario. Queste caratteristiche non rispondono però adeguatamente ai bisogni informativi della popolazione in caso di emergenza. Perché questi ultimi siano pienamente soddisfatti, è necessario che il *blogger* abdichi almeno temporaneamente alla libertà linguistica e stilistica che lo contraddistingue, a favore di un approccio più istituzionale e tradizionale, anche sotto il profilo linguistico.

Newsletter e mailing-list

Per *newsletter* si intende un notiziario diffuso periodicamente attraverso la posta elettronica. Concretamente il gestore del servizio crea nella propria casella di posta elettronica una rubrica che contiene gli indirizzi e-mail degli iscritti al servizio e, con poche operazioni e con uno scarto temporale di pochi secondi, riesce a inviare il messaggio a tutti i contatti. La logica della *newsletter* consente solo all'amministratore del servizio di inviare messaggi in modo unilaterale verso la massa di iscritti. La differenza sostanziale tra *newsletter* e *mailing-list* è che gli iscritti alla *newsletter* restano anonimi rispetto agli altri utenti, verso i quali non possono indirizzare messaggi; mentre coloro che sono iscritti a una *mailing-list* possono inviare messaggi a una parte o all'intera massa di iscritti, creando discussioni anche private.

Ad accomunare *newsletter* e *mailing-list* è il formato, che è identico ed è quello della e-mail, e che per questo risulta disponibile anche su blackberry e sul telefono cellulare connessi alla rete. È uno strumento che consente di ampliare i contenuti offerti attraverso link esterni in una logica ipertestuale e multimediale e che può raggiungere in breve tempo un ampio numero di soggetti.

Per ricevere i messaggi di una *newsletter* bisogna essere iscritti al servizio, quindi da parte dei gestori e dei promotori è necessaria una campagna informativa che presenti e pubblicizzi il servizio, che può essere gratuito o a pagamento. La fruizione di questi messaggi dipende esclusivamente dalla possibilità di collegarsi

a internet, anche senza una connessione particolarmente veloce. Questo aspetto agevola coloro che hanno a disposizione una connessione *mobile*, permettendo loro di ricevere informazioni in tempi brevi, quasi in tempo reale, in qualsiasi luogo si trovino. Risulta invece meno efficace in caso di connessione da personal computer: non si può infatti essere certi che gli iscritti siano connessi, che abbiano la casella di posta aperta e che leggano immediatamente il messaggio. È possibile la posta venga visualizzata anche molto in ritardo, rendendo di fatto vano il servizio. A questo problema si può però ovviare creando un servizio complementare di avviso automatico tramite sms dell'arrivo di un messaggio nella posta elettronica. Dato che la *newsletter* può anche essere utilizzata per trasmettere messaggi in situazioni di normalità e non essere limitata alle situazioni di emergenza, sarà utile elaborare una gerarchia di notizie, assegnare a ogni messaggio un codice in base all'importanza dei contenuti trasmessi e individuare una soglia di rilevanza superata la quale automaticamente si attiva il servizio aggiuntivo di avviso.

Per gestire concretamente una newsletter è sufficiente registrare un indirizzo di posta elettronica che consenta di inviare messaggi a un numero elevato di contatti in un breve intervallo temporale.

Il grado di penetrazione dei messaggi trasmessi attraverso questo strumento è limitato a chi ha accesso a internet, anche se le competenze richieste sono quelle di base, fondamentalmente la lettura di messaggi di posta elettronica. Come evidenziato in precedenza, uno dei pregi di questo canale è la possibilità di raggiungere una porzione aggiuntiva di popolazione connessa a internet attraverso dispositivi *mobile*.

Il linguaggio da utilizzare è quello tipico dei testi *on-line*⁵⁴ con frasi brevi, paragrafi separati, utilizzo standardizzato di marcatori come grassetto e corsivo, sottolineato o colorato per gli eventuali link ipertestuali.

6.2.5. *Telefonia mobile*

La telefonia mobile è un mondo la cui evoluzione non ha eguali nel panorama degli altri media, tanto da arrivare a sfondare praticamente tutte le barriere divisorie tra i diversi canali. Nata negli anni '80 del secolo scorso per eliminare i vincoli della mobilità per le comunicazioni vocali e sviluppatasi enormemente sia in termini di diffusione spaziale (la copertura della rete, in Italia, è praticamente pari al 100%) che di popolazione utente (in Italia, così come in buona parte degli altri stati europei, il numero di apparecchi è superiore al numero di abitanti), la telefonia mobile ha rapidamente reso possibili numerose altre funzioni anche slegate dalla semplice telefonata.

Le prime funzionalità messe a disposizione dell'utente finale hanno riguardato

⁵⁴ *Ibi*, pag.40.

l'invio e la ricezione di messaggi di testo, accompagnate poi dalla possibilità di sfruttare le foto e videocamere installate sugli apparecchi per spedire e ricevere fotografie e brevi video utilizzando la rete cellulare.

Seguendo l'evoluzione degli standard di comunicazione, è stato reso possibile l'invio, attraverso la rete cellulare, di contenuti sempre più sofisticati e pesanti, fino alle ultime sperimentazioni che permettono il trasferimento di 100 Mb al secondo mentre ci si trova in movimento (in pratica il contenuto di un intero DVD potrebbe essere trasferito da un apparecchio ad un altro in un solo minuto, attraverso la rete di ultima generazione 4G).

Già da alcuni anni, inoltre, si è reso possibile il collegamento alla rete internet, dapprima grazie al protocollo WAP, quindi direttamente grazie alle tecnologie GPRS e successive.

Sempre attraverso la rete cellulare, alcuni apparecchi sono in grado di ricevere trasmissioni radiofoniche e televisive, diventando delle vere e proprie stazioni mobili per la ricezione di qualsiasi contenuto multimediale mentre numerosi telefonini sono anche dotati di sistemi per garantire la connessione, sia senza fili (ad esempio attraverso infrarossi o con la tecnologia Bluetooth o via wi-fi) che con fili (grazie alla presenza di porte USB), con altri apparecchi telefonici o con computer.

Tra le ultime possibilità offerte dagli apparecchi di telefonia mobile c'è anche il collegamento con il sistema di posizionamento satellitare GPS, sfruttato soprattutto per l'utilizzo delle mappe digitali leggibili su *display* via via più grandi e definiti, e la capacità di leggere i codici Qr⁵⁵.

Questa rapida panoramica, che riassume un'evoluzione di pochi anni, tralascia volutamente molte delle capacità di alcuni degli apparecchi più sofisticati (ascolto di brani musicali, fotoritocco, videogiochi e applicativi che sfruttano *touch screen* e il movimento dell'apparecchio stesso) che fanno però parte di ambiti ludici.

Nel contesto della telefonia mobile rientrano anche i telefoni satellitari, che sfruttano tecnologie del tutto differenti e che vengono più che altro sfruttati per situazioni ove la ricezione della rete cellulare sarebbe difficoltosa o impossibile oppure in condizioni estreme dove il telefono cellulare, date le sue caratteristiche portate alla grande diffusione, potrebbe non funzionare (climi molto caldi o molto freddi, non sopportati dalle batterie e dai fragili componenti di un moderno telefono cellulare).

Risulta chiaro, da quanto detto, che attraverso la telefonia mobile è possibile veicolare messaggi con molteplici forme, sebbene sia fondamentale comprendere che solo una parte degli apparecchi è in grado di sfruttare tutte le tecnologie sopra elencate e che molte delle capacità di connessione garantiscono, in realtà, la possibilità di ricevere dati e documenti già veicolati attraverso la rete internet e che non hanno bisogno di essere inviati specificatamente agli apparecchi telefonici.

In molti casi, però, il formato studiato per la visualizzazione di un'informazione

⁵⁵ *Ibi*, pag. 60.

su internet (sia che si parli di un sito, sia che si alimenti un feed rss o altro), non è facilmente fruibile da un apparecchio telefonico, il quale ha mediamente uno schermo molto più piccolo di un normale personal computer. In molti casi, però, interviene la mediazione di specifici applicativi in grado di trasformare la visualizzazione dei contenuti a seconda degli apparecchi finali, riuscendo a lavorare sui diversi programmi che operano per le diverse marche.

Una tecnologia, invece, specificatamente realizzata per la telefonia mobile e, tra l'altro, presente senza eccezioni su tutti gli apparecchi in commercio, è quella SMS (*Short Message Service*). Questa tecnologia, presente fin dal 1993, permette l'invio e la lettura di messaggi composti da 160 caratteri numerici o alfabetici latini (altri alfabeti, come il cirillico, o lingue che usano grafemi diversi, come il cinese o il giapponese, sfruttano un numero maggiore di bit e il numero di caratteri possibili è limitato a 70).

I messaggi di testo possono essere inviati da un apparecchio ad un altro oppure partire da un "centro servizi" ed essere diretti ad un alto numero di apparecchi. È anche possibile inviare SMS da internet così come ricevere i messaggi sul proprio pc (sistema utilizzato, per esempio, da numerose radio e televisioni per comunicare in "tempo reale" con i propri ascoltatori che inviano messaggi senza che il conduttore debba utilizzare un telefonino).

Per concludere questa prima analisi delle caratteristiche della telefonia mobile, è utile (per quanto possa essere di dominio comune) indicare che questo canale comunicativo è meramente ed esclusivamente di tipo privato, tanto che il raggiungimento di una persona in possesso di un apparecchio cellulare è possibile unicamente conoscendone il numero telefonico. Questa caratteristica, per quanto ovvia e insita nel concetto stesso della telefonia, è molto importante da tenere in considerazione poiché la comunicazione deve essere preventivamente accettata quando non addirittura richiesta⁵⁶.

Questa è la prima delle criticità che ci si trova ad affrontare quando si consideri l'invio di comunicazioni di emergenza ai cellulari.

La seconda criticità importante riguarda i costi che ogni comunicazione verso i telefoni cellulari comporta, sia essa vocale o attraverso l'invio di SMS. L'utilizzo della rete telefonica, infatti, è soggetto ad una tariffazione imposta dai gestori della rete e, soprattutto nel caso di utilizzo massiccio di questi strumenti, si arriva rapidamente a costi piuttosto elevati.

Una terza criticità è dettata dal fatto che ogni telefono cellulare è dotato di una batteria che, nel migliore dei casi, ha una durata non superiore ai 3-4 giorni, che si riducono drasticamente in caso di utilizzo costante. In situazioni di particolare criticità ed emergenza, di conseguenza, bisogna considerare che l'assenza di corrente elettrica impedirebbe la ricarica delle batterie e la fruibilità del mezzo.

Sempre in condizioni di estrema criticità anche la rete stessa potrebbe risultare non accessibile o a causa di un suo sovraccarico o per la "caduta" di uno o più ripetitori che oscurerebbe un'area più o meno grande di territorio. Il sovraccarico

⁵⁶ L'utilizzo della tecnologia "*Cell Broadcast*", che permette l'invio di messaggi di testo anche verso apparecchi di cui non si conosce la numerazione, è oggetto di trattazione della seconda parte di questa ricerca.

della rete, fenomeno ben noto anche in situazioni non di emergenza (ad esempio la notte di Capodanno) è un fattore da tenere in considerazione anche nel momento in cui si intenda inviare un messaggio SMS ad un alto numero di utenze, dato che le “code” di invio potrebbero risultare anche piuttosto lunghe.

Riassumendo appare importante sottolineare che il canale “telefonia mobile” riveste un’importanza grandissima per via del grado di penetrazione nella popolazione (in pratica è possibile dire che soltanto le fasce più marginali della popolazione – persone molto anziane, bambini molto piccoli e famiglie estremamente povere – non possiedono un telefono cellulare) ma sconta anche alcuni problemi che abbiamo tentato di riassumere in poche righe.

La vera sfida per l’utilizzo della telefonia mobile per la comunicazione in situazione di emergenza risiede, allora, nella capacità di leggere su apparecchi mobili informazioni nate per la trasmissione via internet e rese visualizzabili oppure nella realizzazione di specifiche applicazioni per i telefoni cellulari di ultima generazione, sfruttandone le enormi capacità. La capacità dei nuovi apparecchi di permettere la ricezione di queste informazioni in mobilità rappresenta, infatti, un grande punto di forza rispetto a qualsiasi altra comunicazione fruibile da strumenti “legati” in qualsiasi modo a terra.

Scenari futuri della portabilità

È difficile ragionare sul futuro di un argomento i cui parametri cambiano a velocità altissima; in questo paragrafo vogliamo, più che altro, riflettere su strumenti e tecnologie già disponibili sul mercato e ragionare sulle loro potenzialità relativamente alle necessità di una comunicazione in emergenza.

Gli ultimi anni sono stati dedicati sostanzialmente al miglioramento di due parametri importanti: velocità di connessione e visibilità dei *display*. Ciascuno di questi due aspetti ha comportato diverse conseguenze: maggiore velocità di connessione significa possibilità di trasportare da e per il telefonino quantità maggiori di dati in minore tempo, con la conseguenza di garantire la presenza sull’apparecchio di applicazioni sempre più sofisticate per gli utilizzi più svariati. Parallelamente la visibilità del *display* (più grande, con sempre più colori, meglio illuminato, con tecnologia *touch*, ecc.) ha permesso di utilizzare con maggiore efficacia le medesime applicazioni, trasformando gli apparecchi di ultima generazione in sorte di personal computer con la possibilità di effettuare telefonate.

Gli ultimi apparati sul mercato (dall’iPad al NetBook) hanno ancor di più accorciato le differenze sia in termini di portabilità che di capacità.

La complessità e la ricchezza delle possibilità offerte, pur ricordando che esse dipendono innanzitutto dalla presenza di *campo*⁵⁷, ci spinge a ragionare sulla creazione di applicazioni che riuniscano queste capacità e le sfruttino appieno per comunicare in modo efficace in fase di emergenza.

⁵⁷ Ossia della rete cellulare cui collegarsi.

Alcune applicazioni già esistenti permettono, ad esempio, di ricevere aggiornamenti dalla propria fonte di informazione preferita (un quotidiano *on-line* oppure un *social network*) in tempo reale; altre garantiscono la visualizzazione su una mappa della propria posizione e della posizione delle persone con cui si è in contatto; esistono applicazioni che permettono di vedere una webcam in azione oppure di vedere su mappa l'evoluzione del traffico o ancora di scoprire un luogo o un esercizio commerciale vicino alla propria posizione.

Tra le centinaia di migliaia di applicazioni esistenti (la maggior parte delle quali creata per gli apparecchi Apple – iPhone o iPad – ma spesso replicate anche per altre marche) ve ne sono anche alcune dedicate specificatamente alle situazioni di emergenza, fornendo indicazioni su come comportarsi oppure riportando la propria posizione – grazie al GPS – ai contatti prescelti via e-mail.

Un'applicazione realizzata dalla Protezione Civile di Regione Lombardia, messa a disposizione dei cittadini e in grado di fornire tutte le informazioni su cosa sia accaduto e sull'evoluzione degli eventi, sarebbe una risposta importante alle necessità di un servizio di informazioni in situazioni di emergenza.

6.2.6. *Formati a bassa tecnologia*

Internet, la radio, la televisione, la stampa su larga scala, rappresentano mezzi di comunicazione con i quali ormai i cittadini sono abituati a interagire continuamente, e rappresentano fattori talmente pervasivi della quotidianità da essere considerati parte irrinunciabile e scontata delle pratiche di vita giornaliera. Questi quattro strumenti rappresentano oggi i principali canali di comunicazione interpersonale di massa: i luoghi virtuali dove si trovano informazioni o gli strumenti attraverso i quali si conoscono i fatti più importanti. La naturalezza e l'abitudine a interfacciarsi con questi strumenti fa però spesso sottovalutare le tecnologie sottostanti a questi canali, necessarie perché essi funzionino. In situazioni di emergenza, queste tecnologie (il funzionamento della rete elettrica *in primis*) possono venire a mancare, rendendo di fatto impossibile l'utilizzo degli strumenti che per funzionare ne hanno necessariamente bisogno. Per questa ragione si è rivelato interessante esplorare il mondo di quei canali qui definiti “a bassa tecnologia”, ovvero quei formati che non necessitano di particolari condizioni tecniche affinché i destinatari ricevano il messaggio che essi veicolano. Se infatti un'emergenza dovesse mettere a dura prova, o completamente fuori uso, le tecnologie a supporto dei *media* più “evoluti”, bisognerà far ricorso ad altri strumenti che consentano comunque la trasmissione di informazioni. Banalmente, un *black out* della rete elettrica non può e non deve tradursi in un *black out* informativo. In molti casi un formato a bassa tecnologia non è adeguato a sostenere il carico comunicativo a livello di contenuti, limitandosi ad avvertire del verificarsi di un evento. Per questo è necessaria la sinergia tra i vari strumenti, che consente di superare la criticità magari tamponando temporaneamente il problema con strumenti basilari e in un secondo momento colmando le lacune informative generatesi attraverso media più adeguati.

Un'ultima osservazione, prima di analizzare i formati a bassa tecnologia, riguarda la stampa tradizionale. Sotto il profilo della fruizione dei messaggi, anche quotidiani, periodici e free press non hanno necessità di un supporto tecnologico elevato. Per ricevere correttamente le informazioni veicolate attraverso la stampa, l'unica competenza richiesta ai cittadini è la capacità di leggere. Per la natura e l'impatto del mezzo, però, si è ritenuto più adeguato dedicare alla carta stampata un intero capitolo, in modo da analizzare nello specifico le caratteristiche e i linguaggi che la connotano.

Radioamatori

I radioamatori sono persone autorizzate alla trasmissione via radio, che hanno conseguito la "patente" e la successiva "autorizzazione generale" presso il Ministero delle Comunicazioni (attualmente accorpato al Ministero dello sviluppo economico). I radioamatori possono trasmettere voce e dati da stazioni autorizzate, su porzioni ben precise dello spettro elettromagnetico, le cosiddette bande, a livello nazionale, europeo o intercontinentale. Da qualche decennio diverse associazioni di radioamatori hanno lanciato in orbita dei piccoli satelliti che consentono la trasmissione a grande distanza. Il satellite funziona come una sorta di ripetitore che riceve il segnale dalla terra e lo ritrasmette anche molto lontano, consentendo di superare i limiti territoriali imposti dal mezzo radiofonico tradizionale. Sotto il profilo dei contenuti, le trasmissioni radioamatoriali sono disciplinate da un regolamento ministeriale che vieta discussioni di impronta politica, religiosa e commerciale.

Il principale punto di forza di questo canale è rappresentato dalla sua capacità di funzionare anche con un basso potenziale tecnologico. Le stazioni radioamatoriali possono infatti operare ovunque e anche senza l'alimentazione proveniente dalla rete elettrica e senza ponti radio. Grazie a questa caratteristica, le comunicazioni radioamatoriali possono essere facilmente impiegate in caso di emergenze che rendano inutilizzabili i canali comunicativi tradizionali. Per questa ragione, il loro utilizzo è risultato utile in situazioni emergenziali come calamità naturali o smarrimenti di persone in luoghi inesplorati o difficilmente accessibili.

Volantini

I volantini rappresentano una delle più classiche forme di comunicazione alla cittadinanza. Il loro grande pregio è rappresentato dal non aver bisogno di un supporto tecnologico per essere fruiti: si tratta quindi un tipo di comunicazione efficace, ad esempio, nel caso in cui vengano meno l'elettricità o i collegamenti telefonici. Per essere però disponibile, questo formato necessita però di una lavorazione a monte, a livello grafico e tipografico, ovvero di progettazione, scrittura, realizzazione e stampa dei depliant, oltre che un lavoro di distribuzione del materiale. Lo smistamento dei volantini può però avvenire in un'area ridotta: è questa la ragione per cui questo tipo di canale comunicativo non è adeguato nel caso in cui l'evento emergenziale si collochi in un'area territoriale ampia.

Un altro fattore di limitazione è l'impossibilità ad aggiornare il messaggio rapidamente: se la situazione varia quando i volantini sono stati già stampati, tutto il materiale è inutilizzabile e si dovrà procedere alla stampa e alla distribuzione di altri depliant. tutto questo si traduce in un ulteriore dispendio di energie e risorse economiche.

Questo canale comunicativo è più congeniale alla fase di preallarme e di allarme che a quella emergenziale in sé: è utile quindi a dare indicazioni e informazioni prima che la criticità di verifichi.

Manifesti e cartelli

L'affissione di manifesti e cartelli permette la veicolazione di messaggi che abbiano una funzione educative, ovvero che istruiscano sui comportamenti. Sono più adatti a pubblicizzare iniziative piuttosto che a dare informazioni sull'emergenza in corso. Bisogna individuare prima i luoghi strategici in cui affiggere i manifesti, luoghi di passaggio o punti facilmente raggiungibili anche in caso di calamità.

I problemi principali di questa tipologia di canale sono legati all'aggiornamento. Preparare manifesti e cartelli non è infatti un'operazione semplice e tempestiva; al contrario è necessaria una disponibilità di tempo adeguata per la stampa e l'affissione, oltre che per la stesura il testo. C'è bisogno di tempo anche per organizzare e gestire il personale, presumibilmente volontari della Protezione Civile, incaricato dell'affissione.

Per quanto riguarda le tecnologie necessarie a supporto di questo tipo di canale, si ricorda che è necessario stringere accordi con alcune tipografie che stampino fisicamente il materiale o attrezzarsi per farlo autonomamente. In entrambi i casi si tratta di un'operazione dispendiosa sia sotto il profilo economico che di impegno del personale incaricato.

Megafoni e altoparlanti

I megafoni e gli altoparlanti, non necessitando di supporti tecnologici particolari, sono strumenti di comunicazione diretta alla popolazione. Il loro scopo è amplificare la voce (o un messaggio pre-registrato) per farla udire a un numero maggiore di persone rispetto alla comunicazione *face-to-face*. Per raggiungere questo scopo gli strumenti possono essere installati su autovetture che hanno la possibilità di coprire un'area geografica più o meno ampia anche in situazioni emergenziali particolarmente critiche. Dal punto di vista dei contenuti, i messaggi dovranno ridursi a semplici indicazioni di immediata comprensione su comportamenti da tenere o da evitare, cose da fare o da non fare.

Le principale difficoltà individuata riguarda la verifica del messaggio: per questo motivo le informazioni da veicolare attraverso questi canali devono essere scarse

e semplici, sia a livello della forma che dei contenuti. Si deve infatti ricercare la comprensione immediata, vista le difficoltà da parte del pubblico ad ascoltare un messaggio che proviene da una fonte in movimento.

Il supporto tecnologico necessario alla gestione di questi strumenti può essere di livello basilare: in situazioni di emergenza pressante si può fare semplicemente ricorso alla voce, anche se sarebbe indubbiamente più indicato preparare file vocali da trasmettere in *loop* attraverso gli altoparlanti. Attenzione però alla qualità della trasmissione audio che dovrà mantenere un livello discreto, pena la mancata comprensione del messaggio da parte della popolazione.

I megafoni possono essere utili a trasmettere informazioni a gruppi di persone raccolte presso punti di aggregazione o che si trovano in una zona territoriale ristretta; gli altoparlanti montati sulle auto consentono invece di raggiungere un numero più alto di soggetti, distribuiti su un'area geografica più ampia. Nell'affidarsi a questo tipo di strumenti, si deve tener presente che si può correre poi un rischio relativo alla qualità della trasmissione: bisogna infatti tentare di ridurre al minimo la distorsione della voce, per evitare di generare confusione e deficit informativo in chi ascolta.

Il linguaggio da utilizzare dovrà essere chiaro, semplice e univoco, in modo da non generare assolutamente dubbi in chi ascolta. Lo stile linguistico dovrà essere paratattico, basato cioè sulla coordinazione e non sulla subordinazione delle frasi, che si manterranno comunque brevi e poco complesse. I messaggi trasmessi attraverso questi canali veicheranno presumibilmente indicazioni su comportamenti da tenere o evitare, per questo il tono dovrà essere fermo e deciso, perentorio ma allo stesso tempo calmo e controllato. Nelle situazioni di emergenza la popolazione sente il bisogno di essere “guidata”: per questo i comunicatori che produrranno informazioni attraverso questi canali dovranno sfruttare la possibilità che essi danno di comunicare direttamente ai cittadini, sfruttando le implicazioni a livello di fiducia e autorevolezza che da essa derivano. Perché l'atto comunicativo vada a buon fine è fondamentale che il messaggio raggiunga la popolazione nel modo corretto: bisogna tener presente che ciò sarà reso più difficile dal caos che la situazione di emergenza inevitabilmente genera. Le armi a disposizione dei comunicatori saranno quindi quelle del tono e della ripetizione degli elementi più importanti del messaggio.

Sirene e allarmi sonori

Per sirene e allarmi sonori si intendono i segnalatori acustici che emettono una sequenza di toni predefinita. In caso di criticità questi canali permettono di diffondere rapidamente l'allarme, anche se il campo di azione è ristretto a una zona territoriale limitata dalla portata degli strumenti.

Se da un lato l'immediatezza di esecuzione dell'allarme rappresenta il suo grande punto di forza, questo genere di canali presenta alcuni evidenti svantaggi. La più grave pecca è quella di non potete diffondere informazioni, contenuti, ma solo un

allarme generico. Il suono della sirena indica che è in atto un'emergenza, ma non dice nulla di più alla popolazione, che avrà quindi necessariamente bisogno di informazioni aggiuntive per avere un quadro anche generale della situazione. Le sirene e gli allarmi sonori possono poi essere soggetti a falsi allarmi causati da malfunzionamenti tecnici; possono essere confusi con altri segnali; possono lasciare interdetti, provocare stupore, curiosità o incredulità, per questo richiedono necessariamente di informazioni aggiuntive per conferire coerenza e completezza al messaggio

Il grado di penetrazione di questi canali, come è stato sottolineato in precedenza, è limitato geograficamente all'area raggiungibile dall'altoparlante dell'allarme. Negli ultimi anni sono stati sviluppati altoparlanti ad ampia portata che permettono di trasmettere messaggi a volume molto alto e quindi di raggiungere una copertura territoriale abbastanza ampia. In ogni caso non si potrà parlare di comunicazione di massa, ma esclusivamente di un avvertimento alla popolazione presente su un determinato territorio.

Come sottolineato in precedenza, questi canali hanno a disposizione esclusivamente una sequenza di toni prestabilita, quindi un tipo di linguaggio che non permette argomentazioni di alcun genere. La sua unica funzione è quella di avvertire che è in atto un'emergenza, sarà poi necessario contestualizzare l'allarme fornendo informazioni sull'evento. Il suono aiuta ad avere tempi di reazione estremamente rapidi e a comprendere immediatamente che si è passati da una situazione di normalità a una di emergenza.

6.2.7. Altri formati

In questo paragrafo sono collocati quei canali non aggregabili alle tipologie individuate precedentemente e che hanno dunque in comune il fatto di non essere agevolmente riconducibili a categorie più ampie e generali. Si tratta di canali che sfruttano particolari sistemi di trasmissione (per esempio i navigatori satellitari), che presentano caratteristiche strutturali uniche (i pannelli a messaggio variabile o i chioschi informativi), o specifiche di modalità aggiornamento dei messaggi (IVR o QR-code).

Navigatori satellitari

I navigatori satellitari sono dispositivi che hanno la capacità di ricevere il segnale satellitare GPS (*global positionament system*) che, integrato a un database stradale, assiste il conducente di un'automobile indicandogli il percorso da seguire per raggiungere una destinazione indicata dall'utente. Concretamente il navigatore satellitare è composto da uno schermo con *display* LCD di dimensioni variabili con funzionalità *touch screen* e di un altoparlante che amplifica le informazioni verbali. Oltre al semplice servizio di indicazione del percorso, i navigatori satellitari possono fornire informazioni aggiuntive su punti di interesse prestabiliti

(alberghi, ristoranti, ospedali, aeroporti, ecc.) o sulla situazione della viabilità (cantieri, code, rallentamenti). In caso di emergenza, si potrebbe quindi pensare di implementare queste notizie con informazioni fornite dalla Protezione Civile sull'evoluzione della situazione, con un'attenzione particolare alla situazione viabilistica, dato che l'utilizzo del navigatore satellitare avviene solitamente quando si è alla guida. Il servizio può essere gestito con un alto grado di automatismo: le informazioni potrebbero partire dalla Sala Operativa regionale sotto forma di stringhe di testo e, attraverso un sistema tecnologico realizzato ad hoc e un passaggio attraverso un sintetizzatore vocale, possono agevolmente trasformarsi in un messaggio audio ricevibile dai dispositivi attivi in una determinata area geografica. Contestualmente verranno inviate anche informazioni di tipo testuale, leggibili dallo schermo del navigatore. Gli innegabili pregi di questo tipo di trasmissione sono la possibilità di ricevere informazioni anche in movimento, la copertura totale del territorio (anche nelle zone non raggiunte dal segnale della rete telefonica e dalla connessione internet), l'immediata disponibilità delle notizie e degli aggiornamenti, i tempi brevi di produzione dei contenuti.

Se scrivere stringhe di testo di lunghezza determinata presenta dei vantaggi dal punto di vista dei tempi di produzione, dall'altro consente un basso grado di approfondimento. Le notizie trasmesse dovranno infatti sottostare ai limiti di lunghezza stabiliti se sono di tipo testuale; e di durata se si tratta di informazioni di tipo vocale. Nella costruzione del messaggio bisognerà poi tener presente che l'utente si trova alla guida, è quindi impegnato in un'attività che necessita di concentrazione e attenzione che non possono essere distolte, pena la messa in pericolo del conducente, dei suoi passeggeri e di chi gli sta intorno.

I linguaggi supportati dal navigatore satellitare sono di tre tipi: immagini, testo scritto e audio. Chi utilizza questo strumento ha la possibilità di selezionare uno dei tre elementi o scegliere la loro combinazione, in base alle esigenze del momento e alle proprie preferenze. L'assunto dal quale si deve partire, nella scelta del linguaggio da utilizzare, è la condizione particolare nella quale si trova l'utente al momento della fruizione. Come abbiamo sottolineato precedentemente, chi utilizza il navigatore satellitare, nella maggior parte dei casi si trova alla guida di una vettura. Per preservare la sicurezza, il messaggio non dovrà quindi essere fonte di distrazione particolare, soprattutto per il conducente.

Sul display del navigatore è possibile visualizzare il percorso su una mappa che si aggiorna costantemente e che può essere visualizzata con diversi livelli di zoom: una freccia indica la posizione dell'auto sulla strada e avanza man mano lungo il tratto stradale che si sta percorrendo. È possibile visualizzare una serie di icone che mostrano i punti di interesse. Si potrebbe scegliere un'icona che indichi una situazione di emergenza e che, attraverso il *touch screen*, apra una finestra informativa di tipo testuale.

Gli spazi a disposizione per la trasmissione del testo saranno prefissati. Il linguaggio dovrà essere schematico, con poche parole chiave, depurato da qualsiasi elemento la cui assenza non comporta la mancata comprensione del

messaggio (articoli, punteggiatura, aggettivi superflui). Si tratterà di indicazioni semplici, univoche e immediatamente comprensibili; nessuno spazio dovrà essere lasciato a interpretazioni e dubbi.

Il terzo linguaggio è quello audio che viene prodotto da una voce sintetizzata: proprio per l'artificiosità del mezzo, è importante che lo stile sia semplice, le frasi brevi e chiare. Ancora una volta l'obiettivo a cui tendere è l'univocità del senso del messaggio e la sua immediata comprensione.

Dal punto di vista dei contenuti, dato che il target da raggiungere è composto da soggetti in viaggio lungo le strade della regione, i messaggi destinati a questo canale dovranno trattare gli aspetti dell'evento emergenziale che hanno ricadute esclusivamente sulla viabilità (chiusura di strade, deviazioni, indicazione di percorsi alternativi, ecc.).

Pannelli a messaggio variabile

I pannelli a messaggio variabile sono tabelloni elettronici luminosi nati con l'obiettivo di migliorare la comunicazione su strade e autostrade per incrementarne la sicurezza. Sono visibili durante la percorrenza di strade e autostrade oppure sono posizionati in corrispondenza degli svincoli stradali.

I modelli attualmente a disposizione sono di diversi tipi: alfanumerici, grafici full color o multifunzionali *low power*. Sui primi si visualizzano messaggi luminosi testuali su un numero di righe variabile a seconda della necessità. Di solito si tratta di 3 righe per 24 caratteri o di 4 righe per 15 caratteri. I pannelli grafici full color affiancano i pannelli alfanumerici e permettono di visualizzare i pittogrammi del codice della strada; mentre i pannelli multifunzionali *low power* sono alimentati attraverso un sistema fotovoltaico e permettono di integrare in singole postazioni diverse funzioni, come la visualizzazione di messaggi, il conteggio e la classificazione di veicoli in transito e la rilevazione della velocità degli stessi.

Si può pensare di stipulare accordi tra la Sala Operativa regionale e gli attuali gestori dei pannelli a messaggio variabile, in base ai quali lasciare a loro la gestione nelle situazioni di normalità e intervenire in caso di emergenza. In situazioni critiche, potrebbe infatti rivelarsi utile accedere a questi canali, ad esempio per suggerire agli utenti i comportamenti da mettere in atto, dissuaderli dall'avvicinarsi alla zona interessata dall'emergenza, indirizzarli verso percorsi alternativi, indicare punti di aggregazione sicuri.

Questo genere di canale presenta alcune evidenti criticità, relative sia agli spazi a disposizione che alle modalità di fruizione dei messaggi. I caratteri a disposizione per comporre il testo del messaggio sono in quantità ridotta, occorre quindi sintetizzare al massimo i contenuti. Inoltre, di solito la lettura da parte degli utenti avviene mentre questi sono in movimento, di conseguenza i tempi di comprensione devono essere molto brevi, per non rischiare di distrarre chi è al volante e favorire l'assimilazione dell'informazione. Per queste due ragioni, a livello di contenuto si dovranno veicolare indicazioni perentorie o suggerimenti semplici.

Nella scelta del linguaggio adatto a questo canale risulta determinante il numero limitato e definito di caratteri e righe a disposizione. Ogni messaggio può veicolare informazioni su un solo evento o un aspetto di un evento, da un lato perché altrimenti si rischia di generare confusione, dall'altro perché non c'è spazio a sufficienza per più contenuti. Lo stile deve essere quindi asciutto, chiaro, preciso, immediato ed essenziale

La gestione dei pannelli a messaggio variabile avviene attraverso una centrale operativa che li controlla con un software dedicato, solitamente di uso semplice e intuitivo, la cui sicurezza è garantita dall'utilizzo di password.

Il ricorso a questo canale, in situazioni di emergenza, consente di raggiungere un numero variabile di utenti in movimento su strade e autostrade della regione, sfruttando dispositivi già presenti sul territorio.

Totem informativi

I totem multimediali, (o chioschi o *infopoint*) sono computer interattivi *self service* destinati all'utilizzo pubblico. Si tratta di strumenti di comunicazione di forte impatto visivo, solitamente utilizzati per promuovere prodotti aiutando i potenziali clienti a capirne le caratteristiche. Si tratta di periferiche *plug and play*: è sufficiente copiare i contenuti in una chiave USB e inserirla nell'apparecchio per essere subito pubblicati. Il principale aspetto positivo di questi dispositivi è la possibilità per gli utenti di consultare direttamente il totem per trovare tutte le informazioni che desiderano senza dover rivolgersi con il personale o con gli operatori della Sala Operativa. In questo modo l'accesso all'informazione può avvenire in qualsiasi momento (24 ore su 24, 365 giorni all'anno). I totem sfruttano poi più linguaggi contemporaneamente (testi, audio, video), attraverso programmi computerizzati che garantiscono velocità nella gestione, dato che la creazione di contenuti può avvenire in tempi brevi.

Questo tipo di canale risulta più adatto alla promozione di un servizio che alla comunicazione in fase di emergenza, a meno che non si trovi il modo di collegarli in rete e aggiornare i contenuti direttamente dalla Sala Operativa, altrimenti risulta eccessivamente laborioso e macchinoso caricare i contenuti su una chiavetta usb e recarsi fisicamente presso tutti i totem dislocati in vari punti della città o della regione per aggiornarli. Per ovviare a questo problema bisognerebbe quindi individuare una tecnologia che permetta di aggiornare i dispositivi da una sede centrale, ovvero una piattaforma tramite la quale collegare in una rete i vari apparecchi. In questo modo l'aggiornamento sarebbe pratico e veloce, con intervalli di tempo molto ristretti tra l'inserimento della notizia e la possibilità di fruire il messaggio attraverso il totem.

Qr-code

Il codice Qr, dall'inglese *quick response*, risposta rapida, è un codice a barre bidimensionale, in formato icona, utilizzato per memorizzare informazioni destinate a essere lette direttamente da un telefono cellulare o da uno *smartphone*⁵⁸ dotati di un programma di decodifica del codice. Per leggere un codice Qr è sufficiente aprire il lettore del telefono e inquadrare il simbolo con la fotocamera. In questo modo è possibile avere accesso, molto spesso gratuito, a tutta una serie di contenuti: indirizzi web, testi, foto, numeri di telefono, video. Con la diffusione crescente dei telefoni cellulari di ultima generazione, crescono anche le prospettive di utilizzo di questo canale. Infatti sono sempre più gli articoli di giornale che contengono il codice Qr, attraverso il quale il lettore può accedere gratuitamente a tutta una serie di contenuti aggiuntivi e multimediali che arricchiscono l'offerta informativa rispetto al singolo articolo giornalistico. La capacità di memorizzazione dei dati dipende dalla natura del loro formato: si va dagli oltre quattromila caratteri in codice alfanumerico, ai più di settemila in codice solo numerico, ai quasi tremila *byte* in codice binario.

I vantaggi di questo nuovo canale comunicativo sono innanzitutto la gratuità sia dei programmi di lettura che di codifica, di scrittura, disponibili senza alcun costo su diversi siti internet; la portabilità, ovvero la possibilità di usufruire del servizio in qualsiasi luogo, dal telefono cellulare; la possibilità di accedere a uno spazio potenzialmente illimitato, quello del web, verso il quale si viene indirizzati attraverso un link ipertestuale.

Come è stato sottolineato in precedenza, le potenzialità di questo canale dipendono dagli sviluppi del settore dei telefoni cellulari e degli *smartphone*. Considerato che a fine gennaio 2010 in Italia gli *smartphone* erano oltre 15 milioni⁵⁹ e che le cifre sono in costante aumento, le prospettive di diffusione sono decisamente positive. Occorre però sottolineare che questo canale è accessibile esclusivamente a destinatari esperti, che siano a conoscenza dell'esistenza di questo formato che posseggano un telefono fornito del programma di decodifica e che sappiano utilizzarlo. Si tratta quindi di una fascia di pubblico ancora di nicchia, giovane e tecnologicamente ricettivo.

In situazioni di emergenza è quindi impensabile affidarsi esclusivamente o principalmente a questo canale; tramite il Qr-code, sarà però possibile proporre contenuti aggiuntivi, che vadano a completare o arricchire le informazioni considerate necessarie, per trasmettere le quali sarà opportuno scegliere un altro canale, certamente più diffuso e di facile utilizzo.

⁵⁸ Il significato letterale di *smartphone* è "telefono intelligente". con questo termine ci si riferisce a un telefono cellulare che abbia le funzioni e le potenzialità di un computer palmare dotato di un sistema operativo autonomo e completo.

⁵⁹ I dati si riferiscono a una ricerca presentata da comScore, società internazionale che si occupa di monitorare il "mondo digitale".

Casella vocale e Interactive Voice Response

Con casella vocale intendiamo l'istituzione di un numero telefonico per il quale non è prevista risposta da parte di una persona ma l'ascolto di un messaggio preregistrato. Il contenuto di questo messaggio è modificabile da parte dell'intestatario del numero ad esso può anche seguire una risposta "umana".

Questo sistema, soprattutto in situazioni di emergenza, permette di fornire al chiamante un contenuto informativo più o meno declinato, togliendo "pressione" al personale di Protezione Civile o alla redazione, dedicati ad altro lavoro.

In particolare, per gestire contenuti complessi e articolati, è possibile dotarsi di un apparato IVR.

L'*interactive voice response*, comunemente detto IVR, è un sistema che recita informazioni a un chiamante che interagisce attraverso una tastiera telefonica DTMF, cioè multifrequenza. Le informazioni sono fornite sotto forma di messaggi preregistrati, ai quali si può arrivare direttamente o attraverso un menù a scelta rapida. Con un numero dedicato e un menu ramificato, questo sistema permetterebbe di alleggerire il carico di lavoro degli operatori della Sala operativa, fornendo una serie di informazioni standard e frequentemente richieste, anche in caso di emergenza.

Come punti di forza sottolineiamo poi la possibilità da parte dell'utente di riascoltare più volte il messaggio fino alla completa comprensione; e, da parte del fornitore del servizio, di inserire i messaggi anche in diverse lingue straniere, *in primis* l'inglese, anche in vista dell'Expo 2015.

Questa tipologia di canale non consente un approfondimento, ma solo la gestione di informazioni basilari. Gli utenti potranno dunque spaziare ma solo nei limiti delle informazioni disponibili all'interno delle varie ramificazioni del sistema. Essendo un prodotto preconfezionato, qualsiasi richiesta di informazioni che esuli dai contenuti presenti non potrà essere soddisfatta.

Sotto il profilo tecnologico, gli elementi necessari sono un numero variabile di linee telefoniche che fanno capo a un numero dedicato; una base operativa dalla quale un operatore possa registrare i messaggi in italiano; una piattaforma che gestisca stringhe di testo definite che variano a seconda del messaggio da inviare; un software che permetta la traduzione in lingua (almeno in inglese) delle suddette stringhe di testo predefinite.

Come abbiamo sottolineato in precedenza per altri canali, il linguaggio al quale ricorrere per comunicare attraverso l'IVR dovrà essere chiaro, scarno e immediatamente comprensibile. Tenendo conto della staticità del sistema – che non può adattarsi immediatamente e completamente alle richieste della popolazione – è fondamentale che il linguaggio non generi confusione o dubbi nel destinatario e che i contenuti siano quindi chiari e univoci.

6.3. Linguaggi

Il rapporto tra messaggio, canale, destinatario e linguaggio è di stretta influenza reciproca. Per questa ragione la scelta del canale determinerà anche il linguaggio da impiegare. Ad ogni modo esistono degli elementi generali che caratterizzano la comunicazione in caso di criticità sotto il profilo linguistico e sintattico.

L'elemento irrinunciabile dei messaggi nelle situazioni emergenziali è la chiarezza. La forma deve essere semplice e comprensibile, e allo stesso tempo, i contenuti dettagliati. Per ottenere immediatezza e semplicità, nella costruzione del messaggio, qualsiasi sia il canale che lo veicola, lo stile paratattico è quindi più indicato di quello ipotattico, le coordinate sono da preferire alle subordinate,. Il messaggio deve essere inequivocabile dal punto di vista dei contenuti, schematico nella struttura e il più possibile breve, senza che ciò si traduca in approssimazione o peggio trascuratezza. Al contrario, tutto deve essere frutto di una scelta stilistica attenta, mirata e consapevole.

Nella costruzione del messaggio, è importante che gli elementi sostanziali siano posizionati all'inizio, seguiti da quelli meno rilevanti, secondo una sequenza logica e una struttura coesa. Se lo si ritiene necessario, è possibile anche ripetere più volte gli elementi basilari nel corpo del messaggio. È fondamentale che la fonte che trasmette la notizia sia ben identificabile, per attivare le dinamiche di fiducia dalle quali dipende inevitabilmente il successo della comunicazione in caso di emergenza. Il destinatario sarà infatti disposto a seguire i consigli e le indicazioni solo se riconosce l'autorità di chi gli sta trasmettendo il messaggio. In particolar modo nei messaggi trasmessi attraverso la voce, è utile inoltre il riferimento costante all'evento, al luogo interessato e alla pianificazione degli interventi successivi. Infine il tono deve mantenersi fermo e perentorio per trasmettere sicurezza ed evitare che la popolazione si faccia carico autonomamente del problema, scelta che può rivelarsi controproducente, soprattutto se ci si trova dinanzi a situazioni di grande pericolo.

Nel passaggio dalla fase di ricerca alla realizzazione concreta del network, sarà necessario chiarire se si vuole solo predisporre una rete comunicativa o se si vuole intervenire direttamente nella produzione dei messaggi, ovvero creare un ufficio comunicazione che realizzi e confezioni le notizie. Bisognerà poi decidere se proporre prodotti preconfezionati completi e pronti alla messa in onda, tarati sulle caratteristiche proprie ai diversi mezzi di comunicazione o se fermarsi un passo indietro e costituire una sorta di ufficio stampa, una fonte istituzionale che offra le informazioni generali, i contatti e gli spunti di approfondimento e lasci ai singoli giornalisti la libertà di gestire la notizia. Predisporre un network da attivare in caso di emergenza significa innanzitutto avere un'idea precisa del panorama informativo esistente, poi identificare quali tra questi media attivare in caso di potenziale emergenza e stabilire con essi rapporti il più possibile standardizzati. Chiariti questi elementi, si individuano le procedure (prestabilite) da attivare in caso di emergenza. Per network comunicativo si intende un sistema molto ampio

che, in caso di emergenza, non deve necessariamente essere mobilitato in toto⁶⁰.

Con l'espressione "il medium è il messaggio"⁶¹, nel 1964 lo studioso di comunicazione Marshall McLuhan sosteneva che il mezzo tecnologico determina la comunicazione più del contenuto che veicola, poiché ogni *medium* ha una particolare struttura comunicativa che influenza e coinvolge il pubblico in un determinato modo. In questo modo il contenuto dei mezzi di comunicazione produce effetti diversi sugli spettatori a seconda del *medium* utilizzato. Questa riflessione, ancora attualissima, può rivelarsi utile per comprendere quanto sia importante la scelta del canale nella trasmissione di un messaggio. Le caratteristiche del singolo canale influenzano dunque innegabilmente il messaggio, nel formato e nel linguaggio. Se da un lato è vero che la comunicazione dovrà essere calibrata rispetto al canale che la veicola - un *take* di agenzia non potrà avere le stesse caratteristiche di un notiziario radiofonico - è opportuno però ricordare alcuni elementi generali della comunicazione della Protezione Civile in caso di emergenza.

Innanzitutto bisogna sempre tener presente che nelle situazioni critiche i due attori della comunicazione - emittente e destinatario - non sono sullo stesso piano, in una situazione di parità. Il destinatario - ovvero la popolazione - si trova infatti in una condizione di subordinazione, essendo alla ricerca di rassicurazioni e di informazioni, bisogno che l'emittente (i soggetti di Protezione Civile) è chiamata a soddisfare. È necessaria inoltre l'esistenza di un rapporto di fiducia tra la fonte e il destinatario, rapporto che deve consolidarsi nelle situazioni ordinarie, per poter dare i suoi frutti in caso di criticità⁶².

La comunicazione della Protezione Civile in caso di emergenza deve essere quindi di tipo ingiuntivo e unidirezionale. Ciò deriva dalla asimmetria relazionale che nelle situazioni di emergenza caratterizza il rapporto tra la popolazione e il sistema Protezione Civile. Quest'ultimo ha il compito di fornire informazioni, prescrizioni o divieti a un largo numero di destinatari indistinti; informazioni che devono essere immediatamente comprensibili e traducibili in comportamenti precisi. Il linguaggio deve essere quindi chiaro e univoco, in modo da non generare incomprensioni e dubbi e da non necessitare di ulteriori chiarimenti o processi di comprensione difficili da attivare in emergenza.

Per raggiungere questo scopo sono quindi necessarie alcune accortezze dal punto di vista linguistico e sintattico. I messaggi devono essere semplici ma allo stesso tempo dettagliati: la paratassi è da preferire all'ipotassi, dunque le coordinate alle subordinate, per comunicare con immediatezza e semplicità. Il messaggio deve essere quindi inequivocabile dal punto di vista dei contenuti, schematico nella struttura e il più possibile breve, senza che ciò si traduca in sciatteria. Al

⁶⁰ Cfr. figura 2.1, pag 28.

⁶¹ Marshall McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, 1967.

⁶² Cfr. "Network per la comunicazione efficace con la popolazione per emergenze di Protezione Civile - Network per la comunicazione/informazione - Rapporto finale", pagina 69 e seguenti.

contrario, tutto deve essere frutto di una scelta stilistica attenta, mirata e consapevole che ha come obiettivo finale il raggiungimento di una corretta informazione sull'evento da fornire alla popolazione.

La tabella che segue (pagg. 65-67) rappresenta un tentativo di schematizzazione e sintesi dei contenuti presentati in questo capitolo. Con un rapido colpo d'occhio è possibile individuare per ciascun canale la fase emergenziale alla quale il suo utilizzo è più congeniale, la fetta di pubblico potenzialmente raggiungibile, la porzione di territorio che quel canale riesce a coprire e le tecnologie a supporto dei destinatari, necessarie alla fruizione del messaggio veicolato attraverso quel *medium*.

I tempi di ciascun evento emergenziale possono essere scanditi in tre momenti differenti, qui chiamate fasi: emergenza, evoluzione e scioglimento. Il momento in cui si verifica l'evento critico, in cui parte l'allarme, è definito emergenza. I canali più idonei alla trasmissione di messaggi a questo punto sono quelli che consentono di fornire un quadro generale della situazione in modo tempestivo: la necessità pressante è di comunicare alla popolazione che è accaduto qualcosa, che si è presentata una criticità. Stabilita la presenza e chiarita la natura dell'evento emergenziale, si passa quindi alla comunicazione attesa, che caratterizza la fase dell'evoluzione della crisi. Anche in questo momento i canali più adeguati saranno quelli capaci di informare *live*, in tempo reale o con tempi di produzione di contenuti ridotti. Superato il *climax*, ovvero il picco della criticità, si entra nella fase dello scioglimento: l'emergenza è rientrata e gradualmente si torna alla condizione di normalità. Le esigenze di tempestività e immediatezza cedono il passo all'approfondimento e alle spiegazioni di ciò che è accaduto. I *media* più adeguati alla comunicazione in questa fase sono quelli che hanno a disposizione spazi più ampi e tempi meno pressanti di produzione dei contenuti. Naturalmente la classificazione presentata non è rigida, al contrario molto flessibile: ciascun *medium*, o le diverse declinazioni dei vari *media* posseggono in realtà caratteristiche che possono renderli più o meno compatibili con le varie fasi dell'emergenza. Ciò che in questa sede preme sottolineare è la necessità di tener presente la natura generale dei diversi *media* nella scelta dei canali più idonei alla singola emergenza o alla particolare fase di quella criticità.

Nella colonna del pubblico è individuata la sfera dei potenziali destinatari del messaggio, a livello quantitativo e tipologico. La classificazione proposta in questa sede non si fonda su una specifica ricerca sociologica a campione di tipo quali-quantitativo. La scelta è stata effettuata sulla base del buon senso: la fetta di popolazione potenzialmente raggiungibile attraverso i quotidiani è più ampia di quella raggiungibile attraverso la free press, le cui testate principali sono presenti esclusivamente nei grandi centri urbani, o di quella che può essere informata attraverso la distribuzione di volantini.

Per territorio si intende la porzione spaziale che un determinato canale copre: ristretta se si tratta di strumenti con una portata ridotta (ad esempio sirene e

allarmi sonori); limitata se si tratta di canali che coprono zone più ampie ma comunque definite (ad esempio le outdoor tv, la cui portata è data dal territorio in cui sono stati posizionati i monitor); e infine ampia, se lo spazio raggiungibile è potenzialmente illimitato (ad esempio radio, televisioni, internet).

Nell'ultima colonna della tabella sottostante si fa riferimento a tecnologie e competenze: le prime sono date dai supporti tecnologici necessari alla fruizione del messaggio. Per poter ascoltare un notiziario radiofonico, il cittadino ha bisogno di avere una radio, così ad esempio la televisione o internet. Abbiamo considerato assenza di tecnologie le situazioni in cui, per poter fruire il messaggio, sono sufficienti l'ascolto o la lettura. Le competenze richieste ai cittadini rappresentano invece il grado di esperienza acquisita con quel mezzo necessaria per ottenere le informazioni. Per esempio, le competenze necessarie ai cittadini per fruire contenuti veicolati attraverso i quotidiani si riducono alla lettura, si tratta quindi di capacità basilari. Il discorso è però diverso se si tratta di dispositivi "più tecnologici": l'accesso alla posta elettronica, necessario se si vuole leggere il messaggio di una newsletter, per esempio, è un'abilità di livello superiore alla semplice lettura di un quotidiano, ma sicuramente il grado di esperienza con internet richiesto sarà inferiore rispetto alla fruizione di contenuti attraverso un Qr-code, una web radio o una web tv.

CANALE	FASE	PUBBLICO	TERRITORIO	TECNOLOGIE E COMPETENZE
Quotidiani	scioglimento	medio	ampio	Assente basilari
Periodici	scioglimento	medio	ampio	assente
Free press	scioglimento	ampio	limitato alle grandi città	assente
Lanci d'agenzia	emergenza evoluzione scioglimento	non accessibile direttamente	ampio	-----
Radio	emergenza evoluzione scioglimento	ampio	ampio	apparecchio radiofonico senza particolari competenze
Televisione	emergenza evoluzione scioglimento	ampio	ampio	apparecchio televisivo/tv fonino senza particolari competenze
Outdoor tv	emergenza evoluzione scioglimento	medio	limitato luoghi pubblici/punti di aggregazione	monitor del circuito senza particolari competenze

CANALE	FASE	PUBBLICO	TERRITORIO	TECNOLOGIE E COMPETENZE
Stampa on-line	emergenza evoluzione scioglimento	ampio	ampio	internet, cellulare mediamente esperto
Siti internet	allarme emergenza scioglimento	ampio	ampio	internet, cellulare mediamente esperto
Web radio	allarme emergenza scioglimento	ampio	ampio	internet veloce esperto
Web tv	allarme emergenza scioglimento	ampio	ampio	internet veloce esperto
Social network	allarme emergenza scioglimento	ampio	ampio	internet, cellulare esperto
Blog	emergenza evoluzione scioglimento	ampio	ampio	internet, cellulare esperto
Newsletter/mailling list	emergenza evoluzione scioglimento	ampio	ampio	internet, posta elettronica, cellulare senza particolari competenze
Radioamatori	evoluzione	ristretto	ampio	apparato radio con antenna esperto
Volantini	emergenza scioglimento	ristretto indistinto	ristretto	assente senza particolari competenze
Manifesti e cartelli	emergenza scioglimento	ristretto indistinto	ristretto	assente senza particolari competenze
Megafoni e altoparlanti	emergenza evoluzione	ristretto indistinto	ristretto	assente senza particolari competenze
Sirene e allarmi sonori	emergenza	ristretto Indistinto	ristretto	assente senza particolari competenze

CANALE	FASE	PUBBLICO	TERRITORIO	TECNOLOGIE E COMPETENZE
Navigatori satellitari	evoluzione	ristretto	ampio	navigatori satellitari/programma su dispositivo mobile esperto
Pannelli messaggio variabile	emergenza evoluzione	ristretto	limitato	assente senza particolari competenze
Totem informativi	emergenza evoluzione	ristretto	limitato	chioschi multimediali esperto
Qr-code	emergenza evoluzione		ampio	cellulari dotati di fotocamera e programma di codifica esperto
Casella vocale e IVR	emergenza evoluzione scioglimento	ampio	ampio	telefono senza particolari competenze

Capitolo 7

Strumenti

È opportuno, prima di affrontare l'argomento degli strumenti necessari per la vera e propria costruzione e gestione della comunicazione con la popolazione, riflettere su alcuni fattori relativi alla creazione e alla trasmissione delle notizie.

Compito di questa ricerca è definire le caratteristiche di un network per la comunicazione efficace, senza toccare nello specifico il tema dei contenuti delle informazioni. Abbiamo, quindi, soltanto accennato alle problematiche che si andrebbero ad incontrare durante il processo di raccolta delle informazioni, per quanto riguarda l'armonizzazione di eventuali discrepanze tra le fonti e la necessità di "tenere le fila", soprattutto in caso di eventi particolarmente critici che coinvolgono un alto numero di enti.

È chiaro, però, che in un capitolo dedicato agli strumenti utili per la diffusione delle informazioni, il ragionamento deve allargarsi forzatamente alla raccolta delle notizie, poiché è auspicabile che per raccogliere, armonizzare e trasmettere i dati si utilizzino gli stessi strumenti o, per lo meno, dispositivi facilmente accostabili.

Il concetto di "piattaforma di gestione" dei dati è universalmente noto: il suo utilizzo nasce dall'esigenza di avere un ambiente unico di lavoro su cui far confluire i dati, trattarli e utilizzarli. Nel nostro specifico caso, ossia il trattamento di dati informativi, ci sono alcune necessità supplementari: affiancare nello stesso ambiente dati di natura diversa, ricevere dati da fonti diverse e incanalarli verso strumenti diversi.

L'armonizzazione tra piattaforme di gestione, è evidente, deve essere il corollario di un servizio di informazioni, poiché anche strumenti dotati della massima elasticità ed apertura non riuscirebbero a comunicare se utilizzano "vocabolari" diversi.

Questo capitolo non vorrà essere un esaustivo "manuale tecnico" degli strumenti, anche perché ciascuno di questi aspetti dipende da numerose variabili che andranno definite nel momento in cui verrà effettivamente dato il via ad un servizio di comunicazione alla cittadinanza per la Protezione Civile di Regione Lombardia; lo scopo è, invece, quello di dipingere un panorama degli strumenti necessari per mettere in contatto la Centrale Operativa della Protezione Civile di Regione Lombardia con i cittadini, attraverso i canali descritti.

È utile rammentare che con "strumento", intendiamo definire un mezzo adatto per

svolgere le attività di comunicazione fino a qui descritte: raccolta, gestione e diffusione delle informazioni.

Questo capitolo verrà suddiviso in due macro sezioni: una riguardante gli strumenti necessari per l'operatività nella Sala Operativa Regionale (o dovunque si decida di "installare" una postazione apposita), l'altra relativa agli strumenti utili per un'eventuale diversa dislocazione, qualora si ritenga necessario spostare il luogo di raccolta e diffusione delle informazioni in un altro luogo o qualora si decida di realizzare una "redazione mobile" pur mantenendo attiva anche la postazione centrale.

7.1. Gli strumenti in Sala Operativa

Per maggiore facilità di descrizione, definiamo per principio che il luogo deputato a divenire il fulcro del passaggio delle informazioni in entrata e in uscita si situi nella Sala Operativa Regionale di Regione Lombardia.

Questa scelta è ovviamente auspicabile poiché in questa Sala, per definizione, è il "luogo in cui il sistema di Protezione Civile si riunisce e opera per le attività di coordinamento e gestione dell'evento [...], effettuando una costante attività di monitoraggio del territorio in relazione ai vari rischi presenti in Lombardia"⁶³.

Tra gli strumenti già utilizzati nella Sala Operativa figura, oltre a quelli dedicati allo scambio di informazioni (radio, internet, ecc.), il Registro di Sala. Nei mesi dedicati a questa ricerca, abbiamo potuto verificare più volte che il Registro di Sala è utilizzato come spazio dove elencare in ordine cronologico tutto ciò che accade durante lo sviluppo di un evento emergenziale. Oltre alle esercitazioni cui abbiamo personalmente assistito, ci sono stati forniti numerosi documenti riguardanti eventi emergenziali degli ultimi anni, utilissimi anche per comprendere l'evoluzione nell'utilizzo del Registro e degli altri strumenti della Sala Operativa e per verificare le modalità di comunicazione tra la Sala e l'esterno.

In una giornata di particolare criticità a causa di forti temporali che hanno causato allagamenti nella provincia di Varese, ad esempio (15 luglio 2009), sono stati annotati sul Registro di Sala circa 60-70 eventi, riportanti i codici e la tipologia di attività, la datazione, la descrizione e le funzioni di sala interessate dall'operazione. Come semplici esempi possiamo riportare alcuni stralci:

"Chiamati VVF VA: allagamenti a Varese (via Peschiera), Induno e Arcisate. Nessuna famiglia evacuata" delle 9.31.

"Chiamato FNM: Galleria ferroviaria VA-Calveno: un binario è stato ripristinato,

⁶³ Spiegazione delle Strutture Regionali come definita sul sito della D.G. Protezione Civile di Regione Lombardia:
http://www.protezionecivile.regione.lombardia.it/cs/Satellite?c=Redazionale_P&childpagename=DG_ProtezioneCivile%2FDetail&cid=1213278671133&packedargs=NoSlotForSitePlan%3Dtrue%26menu-to-render%3D1213277665706&pagename=DG_PPPWrapper#1213278672165.

tra mezz'ora circa riprenderà la circolazione" delle 9.18.

Consultando il Registro di Sala relativo, invece, al monitoraggio delle importanti nevicate cadute nei primi giorni di dicembre 2008, possiamo leggere queste notizie:

"[...] I VVF di Darfo (BS) hanno ripristinato la viabilità. Nelle frazioni di Teveno, Pezzola e Nona non è ancora stata ripristinata la corrente elettrica [...]"

Tali informazioni, viste nell'ottica di un servizio di informazioni alla cittadinanza sull'evoluzione di una situazione emergenziale (è indubbio ritenere tali i due esempi riportati, dato che in un caso la circolazione ferroviaria è rimasta bloccata per alcune ore e che alcuni comuni hanno richiesto lo stato di calamità e che nell'altro sono rimasti isolati, sia dal punto di vista delle strade che della corrente elettrica, numerosi paesi), sono importantissime e possono essere il punto di partenza per la costruzione di notiziari informativi da trasmettere ai media e alla popolazione.

Questo ci permette di definire un primo punto importante riguardante gli strumenti necessari: la necessità di un collegamento automatico tra il Registro di Sala e il servizio di informazioni. Come già definito nella parte introduttiva di questo capitolo, il sistema migliore per assicurare questo collegamento è la realizzazione di una "piattaforma" in grado di "leggere" quanto scritto sul Registro di Sala (per lo meno le parti utili allo scopo prefissato) e di modificarlo a seconda delle necessità. Il paragrafo successivo ritornerà sul concetto di "piattaforma" per precisarne meglio le caratteristiche.

Oltre al Registro di Sala, la Sala Operativa utilizza strumenti importanti per la diffusione delle informazioni soprattutto all'interno del "sistema" Protezione Civile⁶⁴. In particolare è interessante l'utilizzo dello strumento sms per l'invio delle comunicazioni al cosiddetto "Gruppo Unico"⁶⁵ e l'emissione dei Report Informativi che hanno lo scopo di riassumere le situazioni in atto, di solito ad orari significativi (metà o fine giornata o fine evento) e di comunicarle al Dipartimento nazionale e all'agenzia di stampa regionale Lombardia Notizie⁶⁶.

È importante che entrambi questi strumenti, che rappresentano, in pratica, l'attività "ufficiale" di comunicazione verso l'esterno di Protezione Civile, siano anch'essi messi a disposizione del servizio di informazioni attraverso degli automatismi, sia per un momento di verifica e controllo, sia (soprattutto nel caso del report informativo) per gli approfondimenti necessari.

La contiguità tra la Sala Operativa e la "redazione" del servizio informazioni, considerato quanto descritto, è quindi necessaria, sebbene tali automatismi possano essere messi in atto anche attraverso una trasmissione dei dati via internet

⁶⁴ Per una descrizione più esaustiva sull'attività della Sala Operativa si rimanda ai capitoli 1 e 2 della ricerca *"Network per la comunicazione efficace con la popolazione per emergenze di Protezione Civile"*, Codice IReR: 2009B057.

⁶⁵ Di questo "gruppo unico" fanno parte gli operatori reperibili della Sala Operativa, i dirigenti della U.O. Protezione Civile e altri dirigenti di Regione Lombardia, i membri dell'Unità di Crisi e altri funzionari e dirigenti della Regione Lombardia. La composizione di questo gruppo è al momento in fase di vaglio e controllo da parte della Protezione Civile.

⁶⁶ Cfr. paragrafo 2.2.3. della ricerca *"Network per la comunicazione efficace con la popolazione per emergenze di Protezione Civile"*, Codice IReR: 2009B057.

(con gli opportuni e necessari accorgimenti per garantire la sicurezza nel momento della trasmissione). Il punto fondamentale è allora da individuarsi nella possibilità, che solo la vicinanza fisica permette, di verificare, approfondire, definire ciascuna notizia grazie allo scambio verbale tra chi fattivamente riceve un'informazione (e la tratta secondo le sue necessità) e chi avrà il compito di diffonderla alla popolazione (avendo quindi necessità differenti).

Saranno poi fondamentali altri strumenti dedicati alla diffusione delle informazioni ed al contatto con i media. Alcune di queste funzionalità potranno essere implementate nella piattaforma di gestione, per altre saranno necessari i più normali apparecchi di comunicazione come il telefono e il fax. Altre eventuali necessità potranno sorgere a seconda delle scelte riguardanti i canali di diffusione, dalla stazione radioamatoriale fino ad un vero e proprio studio televisivo.

7.2. Piattaforme di gestione del dato

La “piattaforma di gestione del dato” può essere descritta come uno strumento, preferibilmente realizzato attraverso una GUI (ossia un'interfaccia grafica), che permette a un operatore di visualizzare sullo schermo del proprio computer l'insieme dei dati che gli siano utili per costruire un'informazione completa e corretta e procedere alla sua diffusione. Come già detto, una piattaforma diventa utile quando è capace di accumulare e integrare dati diversi e quando permette all'operatore di trattarli a seconda delle sue esigenze.

Seguendo le modalità più innovative utilizzate dagli sviluppatori di applicazioni gestionali, per ragionare su questa parte della ricerca abbiamo provato a realizzare quella che in gergo viene chiamata *wishlist*.

Tale vocabolo individua, seguendo una traduzione letterale, la “lista dei desideri”, ossia l'elenco di ciò che una determinata applicazione dovrebbe fare per rispondere efficacemente alle necessità del suo utilizzatore.

Questo elenco delle funzionalità non verrà riportato integralmente, anche perché esso dovrà necessariamente strutturarsi a seconda delle caratteristiche che il servizio avrà, una volta definito. Ci sembra però importante che vengano riferite in questa ricerca le idee di partenza e le considerazioni da noi effettuate al termine del lavoro.

Per la realizzazione di questo elenco abbiamo anche provato a ragionare pensando non solo ad una piattaforma di raccolta e gestione ma anche di distribuzione delle informazioni, riflettendo che essa può essere, come in effetti è già in parecchie realtà, il cosiddetto *front end* di alcuni dei canali di informazione, segnatamente quelli che utilizzano la rete internet.

Il concetto di *front end* può essere spiegato come il momento iniziale di un processo che si chiude con il *back end* che, in questo caso, può essere il sito

internet istituzionale di Protezione Civile di Regione Lombardia così come qualsiasi canale alimentato direttamente dalla piattaforma senza la necessità di ulteriori interventi, quali ad esempio la registrazione di un notiziario audio o video⁶⁷.

Il primo punto di questa “lista dei desideri” è, come già evidenziato nel primo paragrafo di questo capitolo, la necessità che la piattaforma sia collegata con gli strumenti utilizzati dalla Sala Operativa di Protezione Civile, di modo che il primo nucleo informativo sia esattamente lo stesso che viene trattato dalla Sala e affinché si possa evitare la necessità di ricopiare dati già precedentemente inseriti. In una Sala Operativa dove convergano, poi, tutte le informazioni gestite dai vari enti facenti parte della Protezione Civile, sarà fondamentale l’integrazione della piattaforma con le altre attualmente in uso dagli altri enti, seguendo il cammino già intrapreso dalla Protezione Civile di Regione Lombardia ed esplicitato in altre ricerche⁶⁸.

Rimanendo nell’ambito dell’armonizzazione, sarà importante riflettere sulle possibilità di gestire *file* di diversa natura nella stessa piattaforma, in modo da integrare un’informazione con dati supplementari di accompagnamento, ad esempio immagini o filmati, per “confezionare” una notizia nella sua interezza con la massima ricchezza di informazioni.

Altri elementi utili per la gestione di un dato riguardano la possibilità di assegnare livelli diversi di priorità o di urgenza ad una notizia, garantendo che le informazioni più importanti abbiano la massima visibilità possibile per l’operatore che sta gestendo l’aspetto comunicativo di un’emergenza.

Dal punto di vista, invece, più strettamente gestionale, una piattaforma deve essere in grado di suddividere le informazioni per un più facile riconoscimento (per esempio suddividendole a seconda degli eventi in atto) e di archiviare i dati per un successivo agile recupero.

Ponendosi invece nell’ottica della pubblicazione di un’informazione in modo automatico attraverso la stessa piattaforma, altre funzionalità importanti sono la possibilità di definire una notizia come “pubblicata” o “non pubblicata” oppure la capacità di “formattare” un comunicato di modo che esso sia facilmente leggibile⁶⁹.

Altro punto fondamentale da considerare nell’ambito della pubblicazione delle notizie, è la necessità che ogni informazione possa essere facilmente “validata” da un referente della Protezione Civile prima della sua diffusione.

Un ultimo aspetto è quello, invece, relativo all’invio delle informazioni agli altri canali (radio, televisioni, agenzie di stampa, ecc.): in questo caso è davvero importante che sia la stessa piattaforma a garantire un invio rapido agli elenchi

⁶⁷ È utile chiarire che i concetti di “*front end*” e “*back end*” sono qui esposti in maniera impropria rispetto al normale utilizzo di questi termini, legato più specificamente alla progettazione software.

⁶⁸ Si veda in particolare la ricerca “Sistema integrato di comunicazione per la Protezione Civile in Lombardia”, codice IReR 2008B020.

⁶⁹ In ambito grafico la “formattazione” è la composizione di un testo in modo opportuno, definendo carattere, dimensione, colori, titoli, ecc.

predeterminati di destinatari, provvedendo in anticipo a suddividerli a seconda dei criteri prestabiliti⁷⁰.

Come si può notare da queste poche righe, una piattaforma di gestione del dato che risponda a una “*wishlist*” che parta da questi punti è uno strumento di grandissima utilità per un servizio di informazioni. Oltre a quelle appena descritte è anche possibile definire altre capacità, più legate all’ambito dei rapporti con i media e con la cittadinanza stessa. Ad esempio può essere utile ricevere un “*feedback*”, importante sia per la taratura costante ed il miglioramento del servizio di informazioni, sia per l’integrazione delle informazioni utilizzando dati provenienti anche da chi è al di fuori del sistema Protezione Civile (per esempio, filmati realizzati dai cittadini).

7.3. Fuori dalla Sala Operativa

Un servizio di informazioni, a seconda di come venga definito e declinato, può essere gestito anche attraverso una postazione non situata nella Sala Operativa.

Oltre alla scelta (non auspicabile ma comunque possibile, come descritto nell’introduzione di questo capitolo) di situare completamente all’esterno la redazione, si può anche ragionare sulla localizzazione in altro luogo di parte della stessa redazione, ad esempio di un’area dedicata alla produzione dei notiziari audio e video – che necessitano di strumenti di cospicue dimensioni e di un ambiente silenzioso oppure sulla creazione di una “redazione volante” in caso di necessità.

Queste necessità possono essere, ad esempio, emergenze o grandi eventi per le quali la presenza sul territorio di personale dedicato al servizio informazioni risulti utile per la realizzazione di servizi più utili ed efficaci, per la raccolta di documentazione di “prima mano” o per essere in contatto diretto con le strutture eventualmente messe in campo per la gestione dell’evento (dal COM alla DICOMAC).

Per garantire la “trasmissibilità” delle informazioni nella loro interezza, la piattaforma di gestione del dato sarà, quindi, *web-based*, ossia residente su un server internet e visibile, nella sua interfaccia utente, attraverso un normale browser tramite username e password.

Qualsiasi strumento di cui sia dotata una postazione esterna dovrà necessariamente garantire la comunicazione con l’esterno attraverso la rete telefonica cellulare anche per la trasmissione del dato (qualora non sia disponibile un collegamento via “terra”), mentre sarà auspicabile anche la comunicazione via radio e via satellite per ovviare a qualsiasi necessità.

⁷⁰ Si confrontino, per maggiore approfondimento, i capitoli 4 e 6 della presente ricerca.

7.4. Requisiti e competenze per la gestione e la diffusione

Crediamo sia importante definire, nel capitolo dedicato agli “strumenti”, ossia ai mezzi adatti per svolgere le attività di comunicazione, quali siano le competenze necessarie per svolgere un lavoro di comunicazione alla popolazione, soprattutto in considerazione dei canali e delle tecnologie fino ad ora elencati.

Il primo requisito fondamentale è che un servizio di informazione alla cittadinanza venga effettivamente realizzato da personale in possesso di formazione o esperienza adatta a tale scopo, ossia da una redazione composta da giornalisti. In questo modo c'è la garanzia che ciascuna notizia verrà gestita in modo professionale e che la responsabilità di tale gestione sarà precisamente definita.

Sempre nell'ambito delle responsabilità e delle funzioni, è opportuno precisare che qualsiasi servizio di “comunicazione” è soggetto a ben precise regolamentazioni legislative, qualsiasi siano gli ambiti di queste comunicazioni. Tali regolamentazioni sono definite dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni che obbliga chiunque operi nel settore della comunicazione ad essere iscritto al Registro degli Operatori di Comunicazione. Nel momento in cui si dovesse procedere alla realizzazione di un vero e proprio servizio di informazione, sarà quindi necessario studiare con estrema attenzione la struttura effettivamente preposta alla diffusione delle notizie, la natura delle comunicazioni effettuate e i requisiti dei soggetti che si occuperanno del servizio.

Oltre agli aspetti meramente normativi, l'affidamento di un servizio di informazioni a personale specificatamente preparato garantisce la padronanza dei linguaggi comunicativi e la capacità di sfruttare nel modo migliore i diversi canali utilizzati, oltre a permettere un contatto più efficace con il restante panorama mediatico con il quale, necessariamente, il servizio dovrà collegarsi.

Altri requisiti importanti per la miglior gestione possibile del servizio sono la disponibilità alla presenza nella Sala Operativa o dovunque venga dislocata la redazione del servizio, di un numero di persone sufficienti a coprire il servizio 365 giorni all'anno, sia nei periodi di “pace” (con orari da concordare) che in quelli di emergenza, fino a raggiungere una disponibilità h24.

Riteniamo sia importante anche una minima competenza, per formazione o esperienza, sulle possibili emergenze che la Protezione Civile potrebbe trovarsi ad affrontare.

In quest'ultimo caso potrebbe essere auspicabile la realizzazione di specifici momenti formativi per gli addetti al servizio di informazione, realizzati dalla stessa Protezione Civile.

Oltre a ciò, la gestione di un servizio di informazioni non può prescindere da un alto livello di competenza relativa agli strumenti tecnologici impegnati: in particolare sarà necessario che le persone utilizzate abbiano dimestichezza con le piattaforme di gestione del dato, non soltanto per il loro utilizzo quotidiano, ma

anche per garantirne un costante miglioramento e aggiornamento.

Al di là degli aspetti legati al personale, sarà poi fondamentale dotarsi, per l'appunto, di tutti gli strumenti tecnologici necessari, con la possibilità di adattarli e modificarli a seconda delle necessità e della crescita del servizio. Un'agevolazione in questo senso è data dal fatto che, in alcuni casi, gli stessi contenuti possano essere veicolati attraverso diversi canali, talvolta anche senza un adattamento. Per esempio, i *file* mp3 realizzati per la casella vocale possono essere messi *on-line* sulla web radio, inseriti come link audio nel sito internet, utilizzati come contenuto del Qr-code, o ancora prelevati e mandati in onda dalle radio.

Un servizio di informazioni sulle emergenze di Protezione Civile deve necessariamente essere orientato alla multicanalità e alla multimedialità, deve essere flessibile e aperto alle nuove tecnologie, per garantire quei punti fermi evidenziati all'inizio di questa ricerca. Dovrà poi essere sicuro, dotato di una struttura di protezione che garantisca la validazione delle informazioni da parte del referente politico della Protezione Civile.

Infine, perché il network sia utile e utilizzato dalla popolazione, è necessario pubblicizzarlo, far sapere ai cittadini che hanno a disposizione un certo numero di canali da consultare in caso di emergenza in modalità *pull* e che, in alcuni casi, verranno informati con una comunicazione *push*, anche non richiesta.

Per ciascun canale devono poi essere individuati gli strumenti per realizzare concretamente il servizio, a partire dalle modalità attraverso le quali la Sala Operativa regionale si interfaccia con il canale, fino all'erogazione del servizio stesso. È auspicabile la progettazione di una piattaforma multicanale che gestisca nel modo più automatico possibile i contenuti multimediali. Il sistema, anche se verrà gestito dall'esterno della Sala Operativa, dovrà essere connesso con gli strumenti tecnologici a disposizione della stessa (il registro di sala, in primis), dovrà essere flessibile e aperto alle nuove tecnologie, orientato alla multicanalità e alla multimedialità.

Capitolo 8

Procedure

Prevedere per non trovarsi impreparati, pianificare per sapere cosa fare. Le situazioni di emergenza per natura generano concitazione e agitazione: i tempi sono frenetici e spesso insufficienti per prendere decisioni improvvisate con calma e lucidità. Per questa ragione si deve cercare di raggiungere un alto grado di pianificazione degli interventi comunicativi prima che l'emergenza si verifichi. Individuare e stabilire procedure serve proprio a questo, a non farsi trovare impreparati, a sapere come muoversi, cosa fare. In questo modo, al momento dell'allarme, ciascun attore sarà già a conoscenza dei suoi compiti e potrà seguire una linea di indirizzo prestabilita, la cui validità è stata già verificata e dimostrata. Per far questo non è sufficiente però che le procedure comunicative siano stabilite, è importante anche che siano "rodiate". Creare un network comunicativo e tenerlo inattivo nelle situazioni di normalità - che fortunatamente rappresentano la condizione in cui ci si trova durante la maggior parte del tempo - significa lasciare che i collegamenti si atrofizzino, che le maglie della rete si allentino, creando pericolose smagliature che non potranno essere riparate o ritrovare improvvisamente elasticità in caso di emergenza.

Le situazioni critiche sono solitamente caratterizzate da una carenza di informazioni e da una conseguente smania di sapere che caratterizza chi è coinvolto nell'evento emergenziale. Chi si occupa della comunicazione in situazione di emergenza per la Protezione Civile deve essere preparato a questa condizione e deve attivarsi immediatamente affinché non si generi un black-out informativo pericoloso e dannoso⁷¹.

Un momento fondamentale della fase iniziale di costruzione di un servizio di comunicazione consiste nella redazione di un insieme di criteri e di regole da seguire nello svolgimento del lavoro in tutte le sue attività.

Questa operazione comporta numerosi vantaggi, sia perché garantisce, attraverso la condivisione iniziale, che tali criteri abbraccino l'intero spettro delle attività e delle possibilità, senza lasciare nulla al caso, sia perché permette, nel momento in cui tali norme vengono messe per iscritto, che chiunque, opportunamente formato

⁷¹ Cfr. *Network per la comunicazione efficace con la popolazione per emergenze di Protezione Civile*, ricerca IReR codice 2009B057, pag. 69 e sgg.

e in possesso delle necessarie capacità⁷², possa applicarle nello svolgimento del lavoro.

Chiamiamo questo insieme di norme e criteri con il nome di “procedure” e, dentro questa definizione, inseriamo i punti che, a nostro avviso, sono particolarmente importanti affinché un servizio di comunicazione possa funzionare in situazioni di emergenza di Protezione Civile.

I punti nodali delle procedure da definire riguardano le operazioni da svolgere per la realizzazione dei comunicati (tra queste rientrano anche quelle strettamente legate agli strumenti operativi utilizzati), la comprensione dei ruoli e delle competenze sia in ambito redazionale che, più in generale, nel complesso della Protezione Civile e, infine, la definizione di situazioni tipiche che favoriscano, con la maggiore approssimazione possibile, l’effettiva realizzazione di quelle caratteristiche che abbiamo definito come fondamentali per una comunicazione efficace in fase di emergenza:

1. raggiungere il numero più alto possibile di cittadini;
2. farlo nel tempo più rapido possibile;
3. raggiungere il cittadino in qualsiasi condizione si trovi;
4. dargli informazioni il più possibile complete ed esaurienti⁷³.

Questa fase della ricerca partirà dalla descrizione delle “situazioni tipiche”, spiegando il motivo per cui riteniamo che la definizione di alcuni “scenari” sia estremamente utile per ciascuno dei quattro punti appena citati. Successivamente ci occuperemo di inserire elementi utili per costituire la redazione che realizzerà il servizio.

Un’ultima annotazione importante, per quanto possa risultare ovvia, è che ogni elemento delle procedure che andremo qui ad evidenziare dovrà essere frutto di un lavoro quanto più possibile scrupoloso e attento, eseguito con il coinvolgimento sia di coloro che andranno poi a realizzare fattivamente il servizio (ossia la redazione⁷⁴), sia dei responsabili della stessa Protezione Civile che, con la competenza e l’esperienza di cui sono in possesso, aiuteranno nella composizione di norme che portino più vicino possibile ai risultati attesi.

⁷² Cfr. paragrafo 3.3.

⁷³ Si veda sia il capitolo 1 di questa ricerca, sia *Network per la comunicazione efficace con la popolazione per emergenze di Protezione Civile*, ricerca Irer codice 2009B057, pag. 67.

⁷⁴ Cfr. nuovamente il paragrafo 3.3.

8.1. Scenari

Abbiamo detto che il primo punto da affrontare per la definizione delle procedure per realizzare un efficace servizio di comunicazione alla cittadinanza è quello della definizione di una certa quantità di “scenari” possibili.

Con questa parola, presa in prestito dal linguaggio teatrale, vogliamo descrivere le caratteristiche di alcune situazioni, al verificarsi delle quali venga messo in atto un meccanismo di comportamenti adatto a rispondere efficacemente alle necessità di informazione e di comunicazione che sorgeranno.

Sarà importante che queste caratteristiche siano facilmente sovrapponibili a quelle reali che si potranno verificare, in modo tale che il riconoscimento sia facile e veloce.

Per questo motivo crediamo che questi scenari debbano avere i seguenti attributi:

- somiglianza con eventi già verificatisi;
- presenza di elementi generali e conseguente assenza di caratteristiche peculiari;
- flessibilità affinché sia reso facile l'accostamento di un evento “reale” con quello pre-descritto.

Per quanto riguarda il primo punto, nella prima parte della ricerca abbiamo avuto modo di constatare che in Lombardia talune situazioni emergenziali, anno dopo anno, si ripetono con caratteristiche simili (soprattutto eventi legati al maltempo: allagamenti, forti nevicate, ecc.) e questo può permettere l'ipotizzazione di alcuni scenari tipici con buona approssimazione.

Il secondo e il terzo punto, invece, sono molto importanti affinché l'incasellamento di un evento reale possa avvenire con facilità e rapidità e far partire la “catena” di procedure immediatamente susseguenti.

Preme sottolineare un'indicazione di carattere generale che, per quanto probabilmente ovvia, dovrà essere costantemente tenuta in considerazione: il numero degli scenari progettati deve essere sufficientemente alto da evitare di risultare impreparati al verificarsi di un'emergenza – per quanto, chiaramente, la natura stessa di un evento emergenziale implica la presenza di elementi inaspettati e non precedentemente ipotizzabili – e pure sufficientemente basso da eludere l'incertezza su come comportarsi nel momento in cui è più importante la celerità delle operazioni.

Buona parte di queste operazioni di identificazione e definizione degli scenari spetterà alla Protezione Civile, in quanto, oltre alla competenza e all'esperienza, entra in gioco una grande fetta di responsabilità sia dal punto di vista politico che della sicurezza.

Questo perché a partire da uno scenario, entrano in gioco le scelte su come attuare le operazioni di comunicazione alla cittadinanza, quali canali utilizzare e quanta “fetta” di popolazione informare.

Descritti i criteri generali per la scelta di quali e quanti scenari costruire, veniamo alla vera e propria definizione di un singolo scenario: gli elementi fondamentali che lo andranno a costruire sono i seguenti:

- natura dell'emergenza
- localizzazione
- momento dell'emergenza
- persone coinvolte

La componente primaria di uno scenario è, infatti, la natura dell'evento emergenziale, ma i tre fattori sono interdipendenti poiché dall'emergenza dipende il territorio coinvolto e da questo il numero e la tipologia di persone coinvolte.

La suddivisione territoriale può essere effettuata secondo i canoni istituzionali (province, comuni ecc), o in base ai rischi ai quali un'area è potenzialmente sottoposta (si può, ad esempio, utilizzare la ripartizione già in possesso della Protezione Civile per talune fasce di rischio). La seconda ipotesi è forse quella più congeniale, perché fa riferimento alle aree di rischio alla base delle emergenze ed è una classificazione già utilizzata dalla Sala Operativa e per questo già metabolizzata da funzionari e volontari.

La quantità e il tipo di persone coinvolte definiscono, infine, i soggetti che subiscono la crisi e costituiscono, di conseguenza, il destinatario principale della comunicazione in fase di emergenza.

Bisogna per questo tener presente qual è la tipologia di persone coinvolte nell'evento e il numero di soggetti, entrambi elementi che inevitabilmente influenzano la gestione dell'emergenza e la comunicazione su di essa rendendo più o meno rilevante uno scenario. Ad esempio, un evento che avviene in un luogo isolato può diventare rilevante se in quel luogo, per una qualsiasi ragione, è presente una moltitudine di persone o se coinvolge una categoria considerata debole, per esempio anziani o bambini. Questi due elementi – quantità e tipologia – influenzeranno anche la gestione della comunicazione, diventando il fattore determinante per la scelta di un canale o di uno specifico linguaggio. Ad esempio in uno scenario che coinvolge per la maggior parte persone anziane o bambini, sarà sicuramente svantaggioso affidarsi a canali comunicativi altamente tecnologici.

Altri elementi da tenere in considerazione nel momento in cui si riflette su quali persone sono o potrebbero essere coinvolte sono anch'essi dipendenti dalla natura dell'evento e dalla sua localizzazione e mettono in gioco anche il momento temporale in cui l'evento ha luogo: una fuoriuscita di gas o un incendio che avvengano in un polo di attrazione durante la stagione turistica hanno un impatto molto diverso rispetto allo stesso tipo di evento nella cosiddetta "bassa stagione". Considerazioni analoghe devono essere previste per tempistiche molto più brevi, ad esempio per emergenze che accadano in orari di "piena" o di "morbida" o in prossimità dell'apertura o della chiusura di manifestazioni o eventi particolari.

Ciascuno di questi elementi, oltre ad altri che, per esempio, possono riguardare situazioni tipiche del territorio lombardo, può essere ipotizzato e fissato durante la

definizione degli scenari e contribuirà a velocizzare le operazioni nel cosiddetto *decision time*.

La strutturazione di uno scenario “completo”, ossia per il quale siano noti i punti sopra elencati e sul quale sia semplice far aderire un evento che si vada a verificare, permette di passare alla scelta delle operazioni da compiere per realizzare effettivamente una comunicazione efficace.

Ciascuno scenario, infatti, sarà il punto di partenza della catena di procedure che, tenendo conto degli elementi che lo contraddistinguono, porterà alla scelta dei canali, della frequenza e della tipologia dei messaggi e, conseguentemente, del loro linguaggio.

Riprendendo le ormai note caratteristiche della comunicazione efficace, possiamo verificare che, grazie alla definizione degli scenari, sarà più semplice individuare quali siano i cittadini per i quali può risultare vitale la ricezione di una notizia; quali siano i migliori modi per raggiungerli riducendo al massimo i tempi di “consegna” di un messaggio e in che modo abbiano a disposizione tutte le informazioni possibili.

8.2. Ruoli e competenze

Perché un servizio di comunicazioni, soprattutto un servizio deputato alla fornitura di informazioni in situazioni di emergenza, funzioni nel modo migliore, è necessario fin da subito che vengano definiti i ruoli e le competenze di ognuno degli attori che dovessero intervenire nell’attuazione di una qualsiasi delle operazioni utili al lavoro che si sta svolgendo.

Non si deve, infatti, commettere l’errore di interessarsi unicamente ai ruoli di chi è più strettamente legato al servizio in quanto tale (per esempio l’operatore dell’informazione in quel momento all’opera, il responsabile diretto o il referente principale della Protezione Civile), ma è estremamente rilevante conoscere e definire le caratteristiche di chiunque entri in contatto con la realizzazione del servizio.

Una chiarificazione di questo punto, che ne evidenzia l’importanza soprattutto nelle fasi più critiche di un evento emergenziale, può essere esemplificato dalla contemporanea presenza, nella Sala Operativa così come in luoghi diversi, di responsabili di diversi settori o di differenti enti, ciascuno dei quali si occupa di un aspetto dell’emergenza. Comprendere i ruoli di ognuno di essi può fare la differenza tra una notizia completa e una incompleta e, soprattutto, può aiutare nel processo di validazione della stessa, elemento fondamentale per una comunicazione efficace.

È sommamente importante soffermarsi proprio sul concetto di “validazione”, termine che sottintende un’intera catena di procedimenti e di responsabilità che va

attentamente analizzata. Una notizia è da ritenersi “valida” quando ne siano state verificate la correttezza, la completezza e la precisione e quando siano perfettamente identificate e riconosciute le sue fonti.

Una delle caratteristiche principali della Protezione Civile è che essa, più che una struttura singola, è un insieme di diversi enti, un organo composito che si mette in movimento e si articola diversamente a seconda delle situazioni, sia dal punto di vista degli elementi in campo, sia dal punto di vista delle responsabilità. Questa fluidità, necessaria per la natura stessa degli eventi che la Protezione Civile si trova ad affrontare, rischia di essere causa di confusione e poca chiarezza quando, oltre alle ormai classiche e rodute funzioni che essa si trova a svolgere, se ne aggiunge una dedicata all’informazione alla cittadinanza.

Una notizia che “esce” al pubblico con l’egida della Protezione Civile è una notizia che, specialmente in situazioni critiche, emerge da un insieme di persone e ruoli dai quali è necessario districarsi.

Un servizio, invece, agile e rapido, deve individuare immediatamente referenze precise e catene oliate e collaudate.

Una delle strade possibili da percorrere è quella dell’individuazione, al di là dell’operatore dedicato al servizio e di eventuali altri ruoli interni all’apparato redazionale, di una figura specifica facente parte della Protezione Civile di Regione Lombardia, ossia dell’ente che, alla fine dei conti, è il diretto referente del servizio e del network di informazioni.

Avendo già individuato nella Sala Operativa Regionale il luogo deputato alla creazione e all’installazione del servizio di comunicazioni, riteniamo opportuno che questa figura si trovi anch’essa all’interno della stessa Sala Operativa, o riservando questo ruolo a chi ha già mansioni di responsabilità per altre “funzioni” della Sala o piuttosto trovando un nuovo referente, plausibilmente in possesso anche di competenze nel campo del giornalismo o della comunicazione.

A questo referente sarà “consegnato” il primo anello della catena ed esso potrà essere destinato il compito di verificare, in ultima istanza, la bontà dei processi che accompagnano lo svolgimento del servizio.

Spetterà poi a Protezione Civile vagliare e notificare quali debbano essere i passaggi necessari affinché una notizia possa essere divulgata al pubblico, sempre tenendo ben presente la necessità della rapidità di ogni passaggio.

Tra le criticità evidenziate nella prima fase della ricerca⁷⁵ abbiamo, infatti, descritto le inevitabili lentezze derivate dai passaggi “politici” che si interpongono tra l’arrivo di un dato e l’emissione di un’informazione al pubblico. È chiaro che la capacità di oltrepassare queste lentezze deve essere uno degli obiettivi nella definizione delle procedure di un servizio di informazione.

Tra i “ruoli e competenze” da definire rientrano anche quelli più specificatamente interni all’apparato redazionale del servizio.

⁷⁵ Cfr. *Network per la comunicazione efficace con la popolazione per emergenze di Protezione Civile*, ricerca Irer codice 2009B057, paragrafo 2.2.4.

La scelta migliore, per ottenere un servizio più efficace, è quello di affidarlo ad un'entità già roduta nella realizzazione di servizi di informazione, in possesso delle competenze per "interfacciarsi" con i diversi media e per lavorare su complesse piattaforme di gestione del dato. Questa entità potrà organizzarsi secondo un vero e proprio organigramma, al quale farà riferimento anche la stessa Protezione Civile, con un responsabile del servizio (deputato alla creazione e al mantenimento dei rapporti con i media e con le fonti), che sarà l'interlocutore principale del referente in Sala Operativa, e un numero di redattori sufficiente a garantire l'operatività del servizio.

Come evidenziato all'inizio di questo paragrafo, sarà fondamentale che ciascuna persona coinvolta nelle attività del servizio abbia chiara la panoramica degli interlocutori con i quali sarà possibile avere a che fare. La conoscenza degli enti che fanno parte del "sistema" Protezione Civile, dei rispettivi ruoli e, importantissimo, delle rispettive organizzazioni, garantirà la qualità del servizio.

Questo punto serve anche per rendere ancora più evidente quanto già in precedenza abbiamo chiarito, ossia l'importanza del fatto che il servizio abbia la sua sede nella Sala Operativa della Protezione Civile di Regione Lombardia. Niente come la conoscenza personale e l'abitudine al contatto continuo con i propri interlocutori garantisce una sempre crescente completezza e speditezza nella redazione delle informazioni da divulgare.

8.3. Definizione delle attività

La compilazione di una serie di scenari predefiniti trova il suo inevitabile completamento nella descrizione delle operazioni che, una volta "incasellato" l'evento emergenziale in atto dentro una traccia già presente, portino verso il compimento effettivo del lavoro. Le attività sono molteplici e possono suddividersi in 3 macro gruppi:

- ricezione delle informazioni
- gestione delle informazioni
- diffusione delle informazioni

Sarà opportuno descrivere ciascuna delle operazioni facenti parte di questi gruppi in modo particolareggiato, definire di chi sia la responsabilità e la competenza e quali siano gli strumenti utilizzati. L'ottica di questo ragionamento è sempre quella di una chiarificazione di ciascuna operazione per garantirne anche la replicabilità in differenti contesti e da parte di differenti persone.

Nel corso della prima fase della ricerca, la più importante criticità emersa è stata proprio relativa alle dinamiche che regolano i flussi informativi verso la Sala

Operativa. Quest'ultima dovrebbe essere il punto d'arrivo di flussi comunicativi centripeti attraverso i quali i diversi enti sia di Protezione Civile che esterni coinvolti in un'emergenza, dovrebbero informare e tenere costantemente aggiornata la Sala Operativa. In questo caso, purtroppo, il condizionale è d'obbligo. Infatti dall'analisi degli eventi realizzata nella prima fase della ricerca, e da quanto è stato riportato dagli stessi operatori della Sala, spesso quest'ultima non ha ricevuto informazioni sulle emergenze in corso, o ha ricevuto notizie carenti. In questo modo gli operatori della Sala si sono dovuti impegnare in un lavoro di reperimento di quelle informazioni che avrebbero dovuto invece ottenere senza grandi sforzi. Sarebbe quindi auspicabile una riflessione su eventuali modalità di comunicazione più efficaci tra gli stessi attori della Protezione Civile regionale, in modo da trasformare concretamente la Sala Operativa nel luogo, fisico e virtuale, presso il quale arrivano informazioni da tutti i luoghi coinvolti in eventi emergenziali. Un fattore di sostegno molto forte, in questa ottica, può essere sicuramente il ricorso a una piattaforma di amministrazione dei dati provenienti dall'esterno. Prima di occuparsi della gestione vera e propria, questa può infatti prendere in carico la ricerca delle informazioni. Il primo grande pregio sarebbe l'automatismo: una volta definite le linee guida, individuati i bacini dai quali attingere le notizie, tarate le modalità di prelievo e di presentazione di queste ultime, la piattaforma può infatti operare in modo pressoché automatico, lasciando all'operatore dedicato solo il compito di verificare le informazioni che arrivano sul computer.

L'alternativa a questa possibile automazione dei meccanismi di ricezione delle informazioni risiede nel trasformare la Sala in una vera e propria redazione giornalistica, che si occupi di reperire le notizie e le informazioni sul territorio regionale, quotidianamente e in modo sistematico; o ancora, di colmare le lacune del primo approccio con una parziale messa in atto del secondo. In tal modo, gli eventuali operatori della comunicazione potrebbero occuparsi di completare le notizie ottenute, attraverso un lavoro di ricerca e verifica presso le fonti, sgravando da questo compito gli operatori della Sala Operativa.

Per rendere più efficace la circolazione delle informazioni tra l'esterno e la Sala Operativa, si potrebbe anche pensare a un'implementazione degli accordi stipulati con enti esterni alla Protezione Civile presenti sul territorio. Realizzare protocolli d'intesa non è sufficiente. Accanto agli accordi di tipo burocratico, perché una collaborazione funzioni quotidianamente, è necessario che questi rapporti siano rigenerati con costanza e tenuti ben attivi.

Una volta chiarite le modalità attraverso le quali le notizie raggiungono la Sala Operativa (o sono reperite da questa), si giunge alla definizione delle modalità di gestione di queste informazioni, ovvero della trasformazione del dato in notizia e delle notizie in diversi formati.

Posto che uno dei punti di forza del network comunicativo per le emergenze tracciato in questa sede è rappresentato dalla multimedialità, bisogna tener presente che la gestione delle informazioni dovrà basarsi su linguaggi differenti. Se si deciderà dunque di automatizzare il più possibile le operazioni di trattamento delle notizie attraverso una piattaforma, sarà necessario predisporre un sistema in

grado di operare attraverso linguaggi diversi (testo, audio, video), combinandoli o isolandoli. Sottolineiamo che tutto ciò che può fare un programma computerizzato, è bene che venga automatizzato, in modo da alleggerire il carico di lavoro degli operatori, che potranno concentrare attenzione e energie sulla validazione delle informazioni, ovvero sulla verifica delle stesse.

Gestire una notizia in diversi linguaggi vuol dire trasformare un input unico in diversi prodotti. Una notizia inizialmente può essere visualizzata attraverso una semplice stringa di testo che contiene le informazioni basilari che la identificano (le 5 W, per esempio). Da questo punto di partenza, attraverso la piattaforma e con l'ausilio degli operatori della comunicazione, si potranno realizzare notiziari di formato differente: dal *file* mp3 utilizzabile per l'IVR o la casella telefonica, al contributo da inviare alle radio e alle televisioni, al link ipertestuale caricabile su siti internet e Qr-code, o ancora, servizi televisivi o radiofonici più approfonditi, *take* di agenzia, articoli da pubblicare sulla carta stampata. Per una corretta gestione delle informazioni sarà necessario definire alcune linee guida e uniformare questi criteri in modo che siano validi per tutti i formati che si vorranno realizzare.

Queste decisioni dovranno essere prese in una fase successiva rispetto a questa orientata alla ricerca, ovvero nel momento in cui si realizzerà concretamente il network e si renderà operativo il servizio. In linea di massima, comunque, gli elementi irrinunciabili per definire la notizia dovranno essere le 5 W, l'identificazione della fonte e quella dei soggetti che si sono occupati del trattamento dell'informazione.

Si giunge infine alla fase della diffusione della notizia. Affinché il sistema funzioni adeguatamente e non si verifichino intoppi nel passaggio delle informazioni dalla Sala Operativa alla popolazione direttamente o attraverso i media è necessario che le procedure di diffusione siano standardizzate.

Come si può immediatamente notare, ci sono due possibilità per inviare le notizie alla popolazione: direttamente dalla Sala Operativa, o meglio dalla redazione di giornalisti di cui la Sala dovrebbe dotarsi nel momento in cui si dovesse realizzare il network comunicativo, o attraverso i mezzi di comunicazione già presenti e attivi nel panorama mediatico regionale. Se si dovesse decidere di produrre autonomamente i contenuti, si potrà creare un vero e proprio contenitore che consenta la diffusione dei messaggi (che potrebbe essere il già attivo sito internet della Protezione Civile regionale) o appoggiarsi alla rete di entità già presenti (radio, tv, stampa, siti internet, ecc.). Se si dovesse invece propendere per la mediazione attraverso i canali istituzionali, basterà fornire gli elementi basilari della notizia che poi i giornalisti delle varie testate si occuperanno di trasformare in servizi o articoli. In ogni caso sarà necessario stringere accordi con le varie testate, in base ai quali, in caso di criticità particolarmente rilevante, le trasmissioni ordinarie vengano interrotte per lasciare spazio alle *breaking-news*⁷⁶ riguardanti l'evento emergenziale.

⁷⁶ Per *breaking news* si intendono quelle notizie impreviste e improvvise particolarmente importanti, tali da imporre un'interruzione del normale scorrimento del palinsesto o della scaletta del telegiornale o del giornale radio, o la messa in evidenza sulle pagine web.

La definizione di protocolli d'intesa con le testate è fondamentale anche se si decide di sfruttare il network anche nelle situazioni ordinarie, per veicolare contenuti che afferiscono alla comunicazione di tipo preventivo. In entrambi i casi sarà fondamentale definire insieme ai responsabili dei singoli media i protocolli organizzativi del servizio, individuare i referenti dall'una e dall'altra parte, stabilire modalità di contatto e strumenti di comunicazione e, da parte della redazione che fa capo alla Sala Operativa, garantire *feedback* e assistenza continua in caso di problemi sia tecnologici che di contenuto nelle situazioni di criticità.

Conclusioni

Creare un network per la comunicazione efficace per emergenze di Protezione Civile, a valle di quanto finora descritto, consiste in ultima istanza nel prendere i necessari contatti con tutto il panorama informativo già presente ed esterno alla Protezione Civile (televisioni, radio, giornali, ecc.) e dotarsi della strumentazione necessaria per produrre contenuti fruibili attraverso i media personali (pc, cellulari, *smartphone*, ecc.).

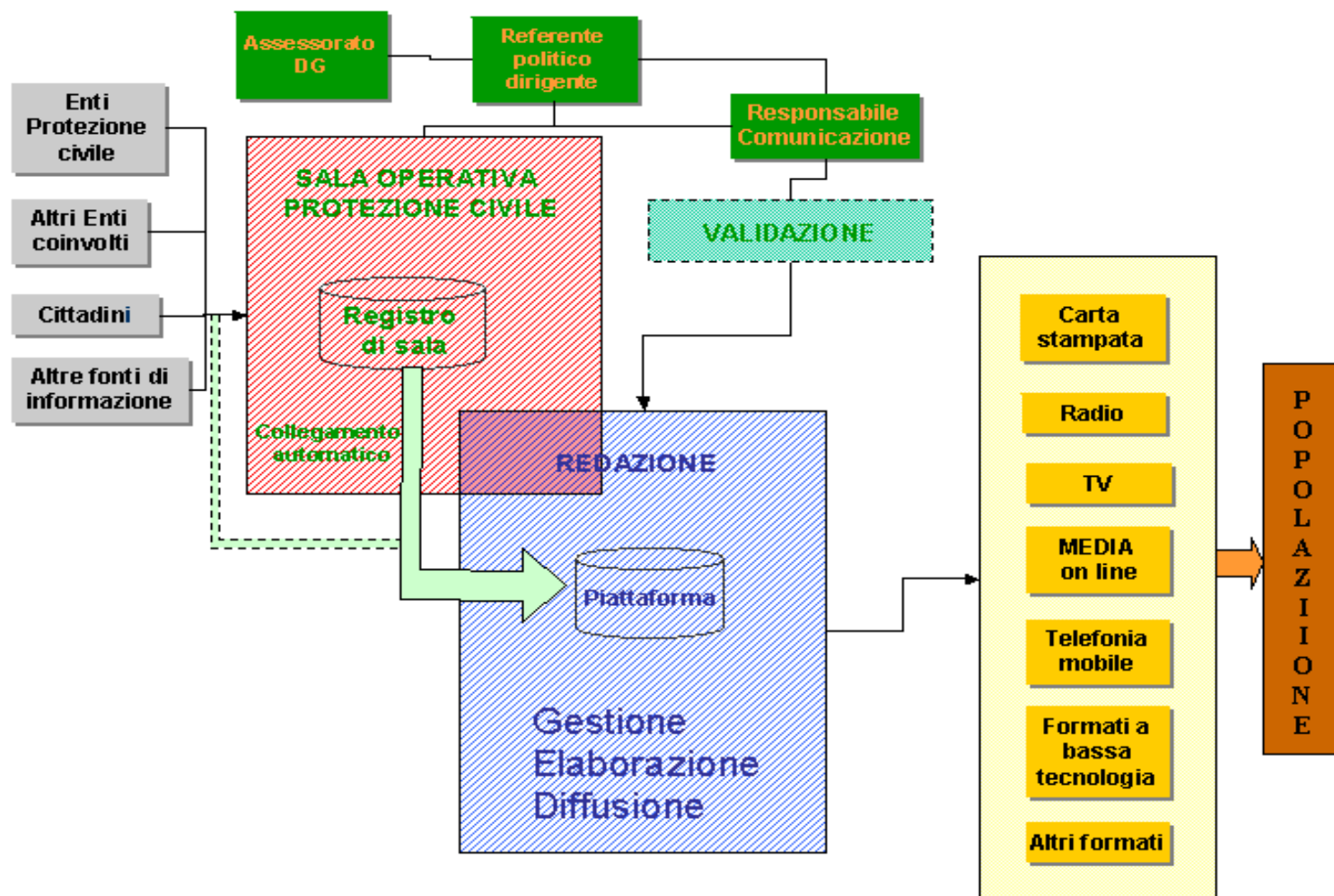
Network, per l'appunto, significa "rete", ossia componenti tra loro connessi, e una rete estesa e ramificata è ciò che serve per rispondere alle famose domande che più volte abbiamo riportato nell'ambito di ricerca, sia nella prima che nella seconda fase.

Gli accordi e i protocolli di intesa con i media sono una delle fasi più delicate del processo di creazione del network, poiché ciascuna realtà è organizzata in modo disuguale, utilizza tecnologie diverse e addirittura viene sollecitata da input differenti; ognuna di queste istanze deve essere compresa e collocata nel modo corretto nel momento in cui vengono presi gli accordi.

Ugualmente complesso è il lavoro per l'alimentazione di strumenti di comunicazione gestiti direttamente dalla Protezione Civile di Regione Lombardia: un sito internet deve essere studiato affinché il suo aggiornamento in situazioni di emergenza venga gestito in modo agile e affinché la visualizzazione delle criticità sia semplice e di impatto. Se si volesse, inoltre, ragionare su applicazioni dedicate ad altri strumenti di informazione (telefonia cellulare, pannelli a messaggio variabile, outdoor tv, totem, ecc.) sarà necessario accordarsi con i rispettivi gestori e dotarsi delle tecnologie necessarie per la diffusione delle informazioni.

Tutte queste operazioni sono più facilmente gestite e tenute sotto controllo da una struttura appositamente creata e in grado, sia per capacità che per esperienza, di rapportarsi con tutti i suoi interlocutori, garantendo anche la fondamentale professionalità nella realizzazione dei comunicati e tenendo conto di tutte le debite necessità che la Protezione Civile può avere nella diffusione di comunicati e informazioni in situazioni delicate e di emergenza.

Riteniamo utile schematizzare in un grafico un modello che riporti in modo sintetico il "progetto di fattibilità" descritto in questa ricerca, di modo da riassumere per sommi capi le caratteristiche di un servizio di comunicazioni che rappresenti un "Network per la comunicazione efficace con la popolazione per emergenze di Protezione Civile".



Bibliografia

- Abruzzese, A., *Lo splendore della TV. Origini e destino del linguaggio audiovisivo*, Costa & Nolan, Genova 1995
- Accornero, A., *Manuale di linguaggio giornalistico*, Etas Libri, Milano 1981
- Agenda del giornalista 2009*, Centro di Documentazione Giornalistica
- Bettetini G., Colombo F., *Le nuove tecnologie della comunicazione*, Strumenti Bompiani, Milano 1993
- Calabrese O., Volli U., *I telegiornali: istruzioni per l'uso*, Laterza, Roma-Bari 1995
- Carelli, E., *Giornali e giornalisti nella rete*, Apogeo, Milano 2004
- “Criteri di massima per la pianificazione provinciale e comunale di emergenza” – Dipartimento della Protezione Civile, 2000
- D. Lgs .112 del 31 marzo 1998 – “*Conferimento di funzioni e compiti amministrativi dello Stato alle regioni ed agli enti locali, in attuazione del capo I della legge 15 marzo 1997, n. 59*”
- Di Salvo P., *Il giornalismo televisivo*, Carocci, Roma 2004
- Estratto del Rapporto Intermedio della ricerca “Sistema integrato per la Protezione Civile”
- Faustini G., *Le tecniche del linguaggio giornalistico*, NIS, Roma 1995
- Kilian, C., *Writing for the web*, Self Counsel Press 2000
- Legge costituzionale 3, 18/12/2001 – “*Modifiche al titolo V parte seconda della Costituzione*”
- L.r. 16/2004 del 22/05/04 – “*Testo unico delle disposizioni regionali in materia di protezione civile*”
- L. 996 dell'8/12/1979 – “*Norme sul soccorso e l'assistenza alle popolazioni colpite da calamità – Protezione Civile*”
- L. 225 del 24/02/1992 – “*Istituzione del Servizio Nazionale della Protezione Civile*”
- L. 401 del 9/11/2001 – “*Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 7 settembre 2001, n. 343, recante disposizioni urgenti per assicurare il coordinamento operativo delle strutture preposte alle attività di protezione civile*”
- L. 152 del 26/07/2005 – “*Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 31 marzo 2005, n. 90, recante disposizioni urgenti in materia di protezione civile*”
- Lepri, S., *Professione giornalista*, Etas, Milano 2005
- Lewis C. D., *Il giornalismo televisivo*, Sovera Multimedia, Roma 1990

- “Manuale operativo per l’attivazione della colonna mobile regionale nelle situazioni di emergenza di Protezione Civile” – Regione Lombardia, Direzione Generale Protezione civile, Prevenzione e Polizia Locale
- Marinelli A., Fatelli G., a cura di, *Tele-visioni*, Meltemi, Roma 2000
- Martorano V., *Le competenze comunali in materia di protezione civile: organizzazione del servizio ed elaborazione del piano*, Halley Informatica, 2003
- Mazzei G., *Notizie radio@ttive. Manuale di giornalismo radiofonico*, Rai-Eri, Roma 2001
- Mazzei G., *Verso il Tigitale. Giornalismo tv. Manuale del cambiamento*, Rai-Eri, Roma 2002
- Mazzei, G., *Giornalismo radiotelevisivo*, Rai Eri 2005
- McLuhan, M., *Gli strumenti del comunicare*, Il saggiatore, Milano 196
- “Metodo Augustus – linee guida per la pianificazione di protezione civile a livello provinciale e comunale”, Dipartimento della Protezione Civile (1998)
- McQuaid D., *Le comunicazioni di massa*, il Mulino, Bologna 1989
- Morcellini M., Fatelli G., *Le scienze della comunicazione*, NIS, Roma 1994
- Morcellini M., Roberti G., a cura di, *Multigiornalismi. La nuova informazione nell’età di internet*, Guerini e Associati, Milano 2001
- Negroponte N., *Essere digitali*, Sperling & Kupfer, Milano 1995
- Papuzzi, A., *Professione giornalista*, Donzelli 2003
- Petrone, S., *Il linguaggio delle news*, Etas, Milano 2004
- “Programma Regionale Integrato di Mitigazione dei Rischi” – Direzione Generale Protezione civile, Prevenzione e Polizia Locale, febbraio 2008
- Quaderni di Sala Operativa – Analisi statistica delle valanghe in Lombardia* (dicembre 2002 – aprile 2008)
- Quaderni di Sala Operativa – Archivio degli eventi gestiti dalla Sala Operativa* (Aprile 2004 – aprile 2008)
- Serafini D., *La televisione via Internet. Una nuova frontiera*, Lupetti, Milano 1999
- “Strategie europee di comunicazione per i cittadini nell’ambito della Protezione Civile” – Risposta interregionale alle catastrofi naturali e antropiche Siproci
- Valentini G., *Media Village. L’informazione nell’era di Internet*, Donzelli, Roma 2000

Sitografia

www.protezionecivile.regione.marche.it

www.interieur.gouv.fr

www.fema.gov

www.proteccioncivil.org/es

www.bevoelkerungsschutz.ch

Protezione Civile Regione Piemonte:

<http://www.regione.piemonte.it/protezionecivile>

Codice Uno: <http://www.codiceuno.it>

Protezione Civile Regione Sicilia:

<http://www.regione.sicilia.it/Presidenza/ProtezioneCivile>

Protezione Civile Comune di Venezia: <http://www.protezionecivilevenezia.it>

Dati Audipress 2008: <http://www.audipress.it/dati.html>

Dati Audiradio 2009: <http://www.audiradio.it/dati/index.asp>

Dati Auditel giugno 2009: http://www.primaonline.it/wp-content/plugins/Flutter/files_flutter/1247043202auditegiugno09.xls