

Comunicazione sanitaria, ripartire dai social con gli strumenti giusti, senza cadere nella retorica dell'eroismo

Silvestro Giannantonio

Ufficio Stampa e Comunicazione FNOPI

Corrispondenza: media@fnopi.it

La tempesta è capace di distruggere i fiori
ma è incapace di danneggiare i semi
(*Khalil Gibran*)

Quasi a voler neutralizzare una *bad word* con un'altra, in questa crisi abbiamo spesso assistito all'abbinamento del termine *pandemia* con quello di *tsunami*. Oltre a quello meteorologico, è stato ampiamente saccheggiano anche il gergo militare, religioso, apocalittico in generale, ma mai come stavolta il parallelismo con una catastrofe naturale aiuta a leggere in modo appropriato quanto avvenuto nell'ambito della comunicazione sanitaria pubblica (social) in Italia.

Un forte sisma c'era stato a inizio anno, lo sapevamo tutti. Ma lontano. E l'onda anomala generata si era mossa in maniera bizzarra, investendo, dopo la Cina, l'Iran (luogo remoto nell'immaginario comune) per poi piombare in alcune nostre sconosciute province, prima di abbattersi sull'intera Pubblica Amministrazione e principalmente sul Sistema Sanitario Nazionale che ne è parte integrante.

Per noi comunicatori si è trattato di tirare fuori la cassetta degli attrezzi in tempo utile per mettere in sicurezza il proprio portale, i canali social, il rapporto costruito con il pubblico di riferimento. E come sempre accade nelle catastrofi, è stato spazzato via in un attimo il lavoro costruito per anni, decenni, magari solo perché un laccio era fuori posto, una vite troppo allentata, le fondamenta deboli.

Ecco, mettersi in sicurezza prima di affrontare la mareggiata, per riuscire a tenere la rotta anche a tempesta finita. È quanto abbiamo cercato di fare come FNOPI: da un lato, un organismo che rappresenta un osservatorio privilegiato per capire prima di altri cosa accade alla nostra Sanità; dall'altro. Ente pubblico ancora in fasce¹ e di ridotte dimensioni rispetto agli oltre 450mila professionisti rappresentati, per reggere da solo l'onda d'urto mediatica,

¹ La Federazione nazionale degli Ordini delle Professioni Infermieristiche (ex IPASVI) è un ente pubblico non economico, che agisce quale organo sussidiario dello Stato, istituito dalla legge 11/1/2018, n. 3.

con la sovraesposizione dei corpi e dei volti martoriati degli infermieri italiani alla mercé del virus più di ogni altra categoria².

Pensare che appena il 15 febbraio, pur già in sella alla task force insediata in lungotevere Ripa³, la nostra comunità professionale, riunita in Consiglio nazionale, era stata a confronto con il ministro Speranza in persona per parlare della necessità di interventi urgenti contro le aggressioni al personale sanitario e per illustrare il programma ufficiale della cerimonia prevista a Firenze il 12 maggio, per il bicentenario di Florence Nightingale, con tanto di francobollo celebrativo⁴.



Solo un mese prima, il Comitato centrale della Fnopi aveva approvato un fitto calendario di incontri di formazione e di alfabetizzazione social, fortemente voluto dall'Ufficio Stampa e Comunicazione e rivolto ai vertici politici e amministrativi dei 102 Ordini provinciali degli Infermieri - enti pubblici a loro volta, autonomi ma coordinati dalla Federazione nazionale - che, con questo *tour* tra le varie regioni, avrebbe fornito a ciascun Ordine un vademecum, un manuale di stile e di identità visiva, una *policy* condivisa per la gestione dei canali social territoriali, in linea con quanto messo in campo a livello centrale, a partire dal primo Congresso nazionale del 2018.

Il rimpianto più grande, per un'organizzazione ramificata come un Ordine professionale, è stato questo: non riuscire a pianificare in tempo, in ogni provincia, quello che c'era da fare. Vedremo poco più in là con quali effetti deleteri, considerato il fatto che stiamo parlando di Ordini composti da infermieri, che, da un giorno all'altro (presidenti in testa), sono finiti tutti in corsia, irraggiungibili magari per ore, bardati con tute e mascherine.

Parallelamente, tutte le energie sono state impiegate per affrontare la crisi a livello centrale. Qualche innesto giornalistico temporaneo all'Ufficio Stampa, una *chiamata alle armi* di tutti i fornitori abituali di servizi multimediali

² I contagi denunciati dai lavoratori della sanità rappresentano il 40,6% del totale, oltre l'83% dei quali sono relativi a infermieri (fonte: Inail <https://www.inail.it/cs/internet/comunicazione/news-ed-eventi/news/news-denunce-contagi-covid-30-giugno-2020.html>) .

³ Il 23 gennaio 2020 la FNOPI entra a far parte della task force del ministero della Salute per coordinare gli interventi nel nostro Paese a contrasto del coronavirus (fonte: <https://www.fnopi.it/2020/01/23/fnopi-coronavirus-task-force-ministero-salute/>).

⁴ Il MISE ha inserito nel programma di emissioni delle carte-valori postali per l'anno 2020 un francobollo ordinario dedicato alla professione infermieristica e a Florence Nightingale, nel bicentenario della nascita. L'emissione è slittata al 29 ottobre.

per condividere la sfida che avevamo davanti, un immediato accantonamento di risorse liberate da eventi annullati per attivare un Fondo di solidarietà per gli infermieri che sarebbero stati contagiati - o peggio uccisi - dal virus⁵. E poi... restava da chiarire come gestire i social⁶.

Al di là di note ufficiali e bollettini istituzionali che presto sarebbero stati sezionati e maciullati da tutti i media, dovevamo trovare il modo di ritrovarci comunità, di rappresentare correttamente – con professionalità e senza isterismi – chi eravamo, cosa facevamo, che valore rappresentavamo, ieri come oggi, per la Sanità italiana. Perché sapevamo che tutti avrebbero curiosato in casa nostra, che le tv sarebbero andate a caccia di storie, che il grande pubblico non avrebbe tollerato cadute di stile o frasi infelici da parte dei nostri rappresentanti.

E visto che da soli non si va da nessuna parte, il modello adottato è stato quello di attivare una redazione social allargata, coinvolgendo in un gruppo di lavoro quegli infermieri che, nel corso degli ultimi due anni, avevamo imparato ad apprezzare come affidabili interpreti del reale vissuto della professione sui propri territori di competenza; risorse conosciute tra un meeting e una chat di gruppo, grazie alle quali aveva preso idea quel progetto di una formazione social itinerante tra i vari Ordini d'Italia⁷. Un *dream team*, oserei dire, se non altro perché, tra post e un tweet, si tratta di professionisti stretti tra turni massacranti e famiglie (e Ordini) da portare avanti⁸. È stata la nostra *Compagnia dell'Anello*, con cui ci siamo messi in marcia per raccontare, dal di dentro, questa grande crisi.

Per me - giornalista non infermiere - il valore aggiunto è stato quello di evitare di cadere in banalità, luoghi comuni, rappresentazioni stantie degli operatori sanitari: sui nostri social non c'è stato spazio per angeli, missionari, fiocchi neri e cippi funerari. Né abbiamo voluto snaturarci e giocare a fare i sindacalisti per chiedere il conto alle istituzioni che ci avevano più o meno scientemente sottovalutati⁹. Perché gli infermieri c'erano prima e ci saranno dopo: con i turni sfiancanti, le vite disordinate, le paghe basse e i rischi infettivi alti... Tutti temi che stressavamo e che continueremo a stressare. Ma c'era un *hic et nunc* da raccontare, e abbiamo provato a farlo al meglio delle nostre potenzialità.



⁵ Il 10 aprile 2020 è partita una raccolta fondi ad evidenza pubblica per alimentare e incrementare il budget iniziale finanziato dalla FNOPI. Per approfondire: www.noicongliinfermieri.org.

⁶ La FNOPI è presente su Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn e TikTok.

⁷ Questo modello di redazione mista (giornalisti, comunicatori, sanitari) lo avevamo apprezzato per la prima volta confrontandoci con i nostri omologhi del Bambino Gesù di Roma, nel corso di incontri organizzati con l'Ufficio Stampa.

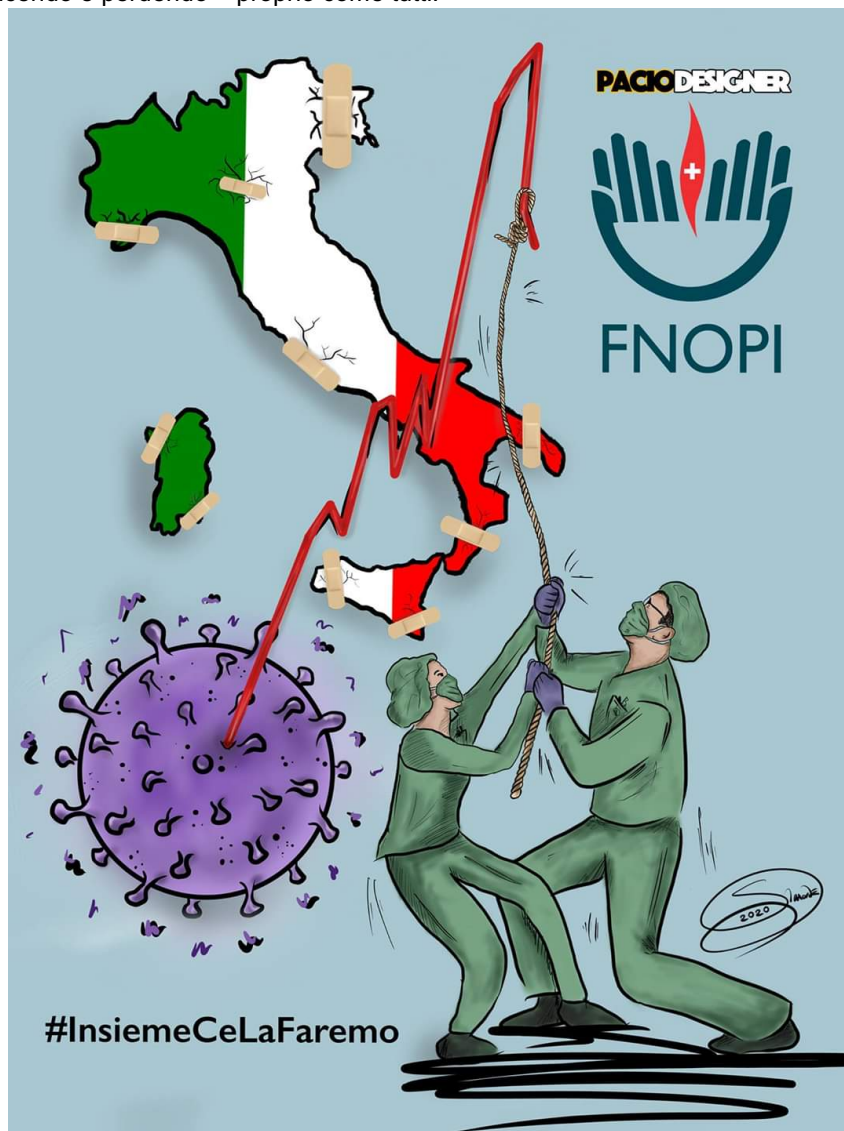
⁸ Questi gli infermieri che sono stati componenti del gruppo di lavoro: Matteo D'Ambrosio, Andrea Di Cesare, Francesco Falli, Luca Fialdini, Sonia Gibellini, Marco La Monica, Emanuele Lisanti, Andrea Merlo, Miriam Porcu.

⁹ L'Italia ha affrontato la pandemia con molti meno infermieri della media Ocse (5,4 per mille abitanti contro la media di 9).

Soprattutto, non potevamo cadere sulla buccia di banana della retorica dell'eroe a tutti i costi, anche se era facile cedere alla tentazione di passare subito all'incasso e auto-rappresentare la categoria infermieristica (e sanitaria in generale) come la soluzione a tutti i mali del mondo¹⁰.

Un supereroe non è una persona normale: si presuma abbia dei super poteri, che sappia vedersela da solo, che non si ammali e muoia mai. E se è un eroe-soldato al fronte (nella famosa "guerra al Covid"), allora è qualcuno che ha messo in conto di morire per un ideale più alto, no? Con questi presupposti, sarebbe stato impossibile creare la seppur minima immedesimazione con la cittadinanza, digitale e non.

Né sarebbe stata una rappresentazione onesta, perché invece gli infermieri hanno avuto paura, hanno sofferto, hanno lottato – vincendo e perdendo – proprio come tutti.



Da qui l'immediata esigenza di coniare uno slogan #NonChiamateciEroi che ancora ci accompagna in tutte le nostre comunicazioni social e che ha portato anche alla realizzazione di un breve spot a supporto della raccolta fondi¹¹. I numeri e i consensi finora ci hanno premiato, tutti i *trend* del periodo più critico sono risultati in clamorosa ascesa

¹⁰ Sul dibattito relativo alla corretta rappresentazione degli operatori sanitari durante l'emergenza Covid19, si veda l'intervista rilasciata alla redazione di DimensioneInfermiere.it (<https://youtu.be/aAMxyO3fkk>).

¹¹ Lo spot (<https://youtu.be/dV8NGob2IVA>) fa parte di una serie di prodotti ad hoc commissionati di recente da FNOPI ad un pool di agenzie esterne, esclusivamente per le attività extra di raccolta fondi e fundraising, storicamente mai gestite dall'Ente.

(Figure 1,2,3), la *web reputation* degli infermieri è arrivata ai massimi storici¹², ma sappiamo benissimo che “non è tutto oro quel che luccica”. Che tutte le menzioni, le targhe e le onorificenze possono essere figlie del momento.

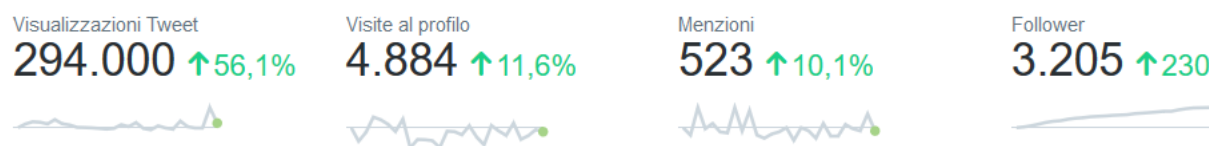


Figura 1. – Principali statistiche canale Twitter @FNInfermieri al 19 aprile 2020 (con riferimento ai 28 giorni precedenti).

"Mi piace" totali della Pagina a oggi: 86.084

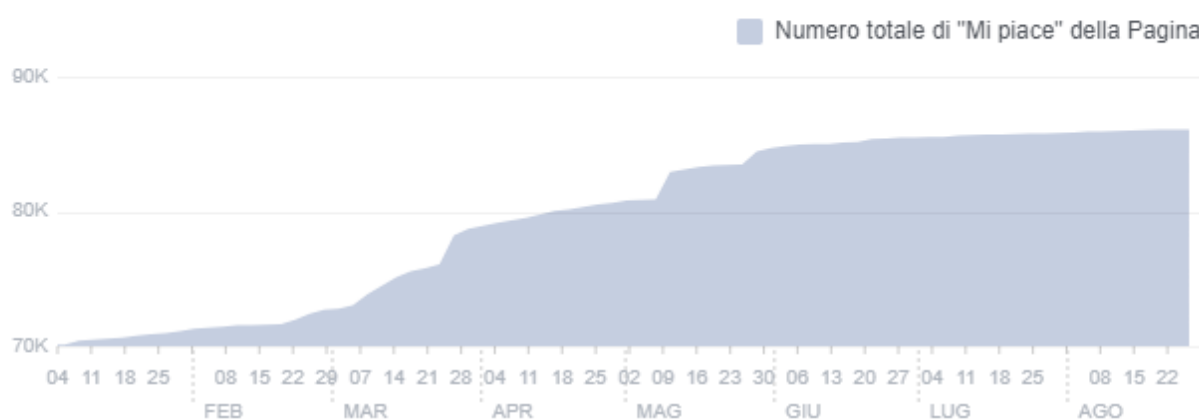


Figura 2. – Andamento dei like della pagina Facebook @fnopi.it da inizio anno al 28 agosto 2020.



Figura 3. – Andamento profilo Instagram @fnopi.it dal 16 febbraio 2020 al 16 agosto 2020.

Questa crisi di così lunga durata, che ancora non sappiamo quando avrà fine, ha anche evidenziato tutte le fragilità di tante PA che non ha ancora fatto della Comunicazione il proprio settore strategico per dare piena attuazione al

¹² L'andamento delle ricerche sul termine "infermieri" in Rete mostra come l'attenzione e le ricerche sui motori di ricerca siano al loro massimo degli ultimi 5 anni (fonte: AGENZIA DOL, aprile 2020).

proprio mandato istituzionale. Il che significa più personale specializzato in pianta organica. Giornalisti, ma non solo, perché c'è bisogno dell'apporto di un *copywriter*, di un reparto grafico, di una vera e propria segreteria di redazione. Di un nucleo affiatato e con solide radici nell'istituzione che è chiamata a comunicare, ferma restando la possibilità – in certi casi, la necessità – di ricorrere ad agenzie esterne per progetti speciali e specifici.

Tutti gli Enti (tanti nostri Ordini provinciali *in primis*) che prima della crisi avevano affidato al tempo libero di qualche "volontario" la gestione di sito e social istituzionali hanno visto bloccata d'un tratto la propria comunicazione on line, congelata ad anonime date di febbraio o al massimo di inizio marzo, come nel paesino della Bella addormentata. Chi aveva iniziato a strutturare gruppi di lavoro *ad hoc*, o comunque definito ruoli e strategie prima della tempesta, è sopravvissuto senza particolari danni.

Può sembrare una banalità ribadire questi concetti nel 2020, ma è andata proprio così. E sarà sempre peggio se non si capovolgerà rapidamente il modo di concepire la Pubblica amministrazione, mettendo al centro la Comunicazione.

P.S. Il bello di scrivere per una pubblicazione on line è (anche) quello di poter condensare in pochi link tutto quello che si sarebbe voluto ancora condividere e che non ha trovato spazio. Con tutta calma, quando ne avrete tempo e voglia, segnalo alcuni snodi fondamentali del racconto di questa pandemia, vista dagli occhi di chi l'infermiere lo fa e di chi l'infermiere lo racconta ogni giorno.

- Video "Non c'è più tempo", diffuso in Italia il 15 marzo 2020 e poi tradotto in lingua inglese e "adottato" anche dai principali network giapponesi <https://youtu.be/NhMSeil9Yi4>

- Personaggi noti a sostegno alla campagna di raccolta fondi #NoiConGliInfermieri <https://www.noicongliinfermieri.org/testimonial/>

- Le storie del canale Instagram FNOPI dedicate ai disegnatori che hanno reso omaggio agli infermieri <https://www.instagram.com/fnopi.it/>

- Lo speciale "Gli infermieri per Florence" andato in onda in diretta streaming il 12 maggio 2020 in occasione della Giornata Internazionale dell'Infermiere <https://youtu.be/oxElqqaQL2Y>

