

Forum Risk Management in Sanità

26-29 novembre 2024

Arezzo

La comunicazione nelle maxiemergenze



Dott. Roberto Marchetti
Dirigente Psicologo
Fondazione Villa Maraini Onlus
Roma



Croce Rossa Italiana

Di cosa parleremo oggi:

- Le caratteristiche della comunicazione
- La comunicazione e la maxiemergenza
- Miti da sfatare
- Infodemia
- Strategie e buone pratiche di comunicazione

Per chi è importante la comunicazione
in una maxiemergenza?

La comunicazione è quel processo dinamico che avviene tra un emittente e un ricevente:

l' emittente invia al ricevente un messaggio di tipo verbale e/o Non Verbale, il ricevente lo elabora codificandolo e ne invia uno in risposta.

Anche una non comunicazione (o comunicazione non verbale) può essere considerata una risposta significativa.

Per imparare a comunicare in modo funzionale ed efficiente occorre una buona consapevolezza della propria comunicazione interpersonale

comunicazione verbale ciò che si dice la scelta delle parole la costruzione logica delle frasi e l'uso di alcuni termini piuttosto che di altri.

- la comunicazione parafernale: il modo in cui qualcosa viene detto facendo riferimento al tono alla velocità al timbro al volume della voce la comunicazione non verbale e la comunicazione intrapsichica

Ogni comunicazione è formata da 3 componenti:

emotiva/motivazionale: il perché si sta comunicando

Cognitiva: cosa si sta comunicando

Comportamentale: in che modo si sta comunicando (verbale e non)

L'obiettivo che la comunicazione sui temi della sicurezza deve perseguire durante una crisi è quello di **modulare il messaggio in maniera proporzionale al rischio effettivo**, adeguando così la sensazione del rischio percepito al rischio effettivo.



Forum Risk Management

obiettivo sanità salute

26-29 NOVEMBRE 2024
AREZZO FIERE E CONGRESSI

19

Per affrontare una maxiemergenza tutto va predisposto e anche la comunicazione deve essere organizzata .

Una delle componenti più importanti nella gestione delle emergenze è quella relativa alla comunicazione, qui intesa nel suo senso più ampio, **quale scambio informativo multidirezionale, temporale** (cioè prima, durante e dopo l'evento) **e multimediale** (dai social network, dal megafono ai satelliti) **tra diversi soggetti** (dagli enti preposti a gestire, alle strutture operative e alla popolazione).

Integrare i piani di comunicazione con il piano generale di risposta alle emergenze non lasciare che la comunicazione sia trattata come una preoccupazione secondaria. Il piano di risposta non funzionerà se non comunicato in modo efficace

Ruolo della comunicazione nelle maxiemergenze

La comunicazione svolge un ruolo fondamentale nelle situazioni di maxiemergenza, poiché può influire sull'efficacia delle operazioni di soccorso e sulla gestione dell'emergenza nel suo complesso.

Possiamo infatti affermare che non è del tutto casuale se chi testimonia un evento calamitoso, pur su piccola scala, sovente dichiara di aver assistito ad un evento “caotico”.



Forum Risk Management

obiettivo sanità salute

26-29 NOVEMBRE 2024
AREZZO FIERE E CONGRESSI

19

La comunicazione durante una maxiemergenza è essenziale per informare la popolazione colpita sull'accaduto, fornire istruzioni di sicurezza e avvertire sulle possibili minacce.

Questo aiuta le persone a prendere le giuste precauzioni e ad adottare comportamenti sicuri.

Mantenere la calma e prevenire il panico

La comunicazione efficace tra i diversi team di soccorso e le agenzie coinvolte è fondamentale per coordinare le operazioni di soccorso e massimizzare l'efficienza delle risorse disponibili.

Ciò include la condivisione di informazioni cruciali, la pianificazione delle operazioni e la gestione delle risorse.

Raccogliere informazioni e feedback

La comunicazione bidirezionale è importante durante le maxiemergenze per raccogliere informazioni sulle necessità e le condizioni della popolazione colpita.

Questo feedback può essere utilizzato per adattare le operazioni di soccorso, identificare aree di miglioramento e valutare l'efficacia delle strategie di comunicazione.

Fornire supporto emotivo

La comunicazione empatica e compassionevole può fornire un sostegno emotivo alle persone colpite da una maxiemergenza.

Mostrare empatia, offrire informazioni sul supporto disponibile e connettere le persone alle risorse adeguate può aiutare a mitigare lo stress e favorire la resilienza individuale e comunitaria.

Comunicazione interna ed esterna

Durante una maxiemergenza, la comunicazione interna ed esterna sono entrambe cruciali per il coordinamento delle operazioni e il successo complessivo della risposta.



La comunicazione interna durante una maxiemergenza è fondamentale per coordinare le attività e garantire che tutti i membri dell'organizzazione siano informati e allineati.

Include la condivisione di informazioni critiche, l'assegnazione di compiti e responsabilità, la comunicazione delle decisioni prese e la gestione delle risorse interne.

La comunicazione esterna è altrettanto importante durante una maxiemergenza poiché aiuta a informare il pubblico, i media e altre organizzazioni esterne sulle attività di risposta in corso. Questo tipo di comunicazione può includere comunicati stampa, briefing pubblici, aggiornamenti sui social media e incontri con le parti interessate.

L'obiettivo è fornire informazioni accurate, rassicurare il pubblico e gestire le aspettative.

In una crisi la modalità comunicativa è differente:

Le persone coinvolte inevitabilmente:
Prenderanno le informazioni diversamente
Le processeranno diversamente
Agiranno in modo diverso dal solito



Caratteristiche della comunicazione nell'emergenza

- Gli avvenimenti richiedono una 'risposta'.
- È importante considerare le possibili barriere alla comunicazione.
- Tutti i messaggi devono essere coerenti. È importante che i vari gruppi diano al pubblico le stesse informazioni.

Miti da sfatare nella comunicazione

Il pubblico non ha reazioni di panico come risposta all'avviso di un disastro imminente.

Tali reazioni si hanno solo in spazi chiusi nei quali ci sia un chiaro e immediato pericolo di morte e ridotte vie di fuga.

Il pubblico non ha mai eccessive informazioni sull'emergenza in un allarme ufficiale.

Vanno ripetuti più volte messaggi dettagliati. Le persone in una situazione di emergenza sono affamate di informazioni.

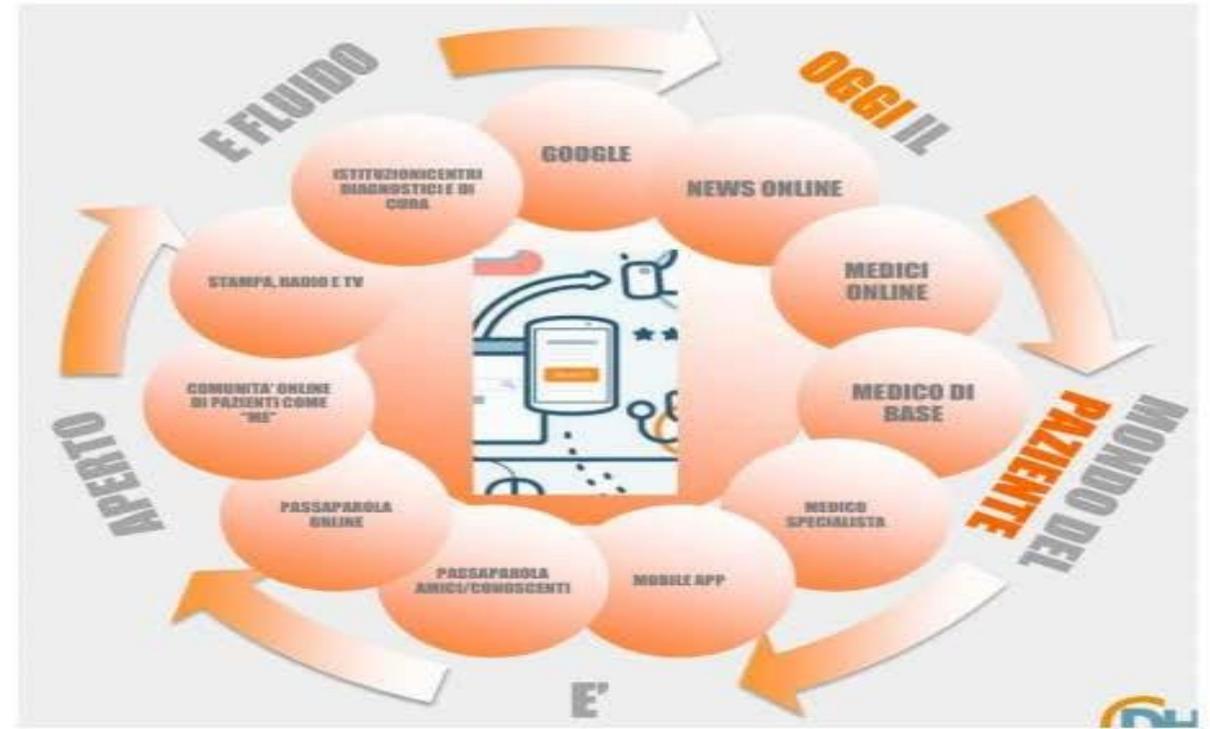
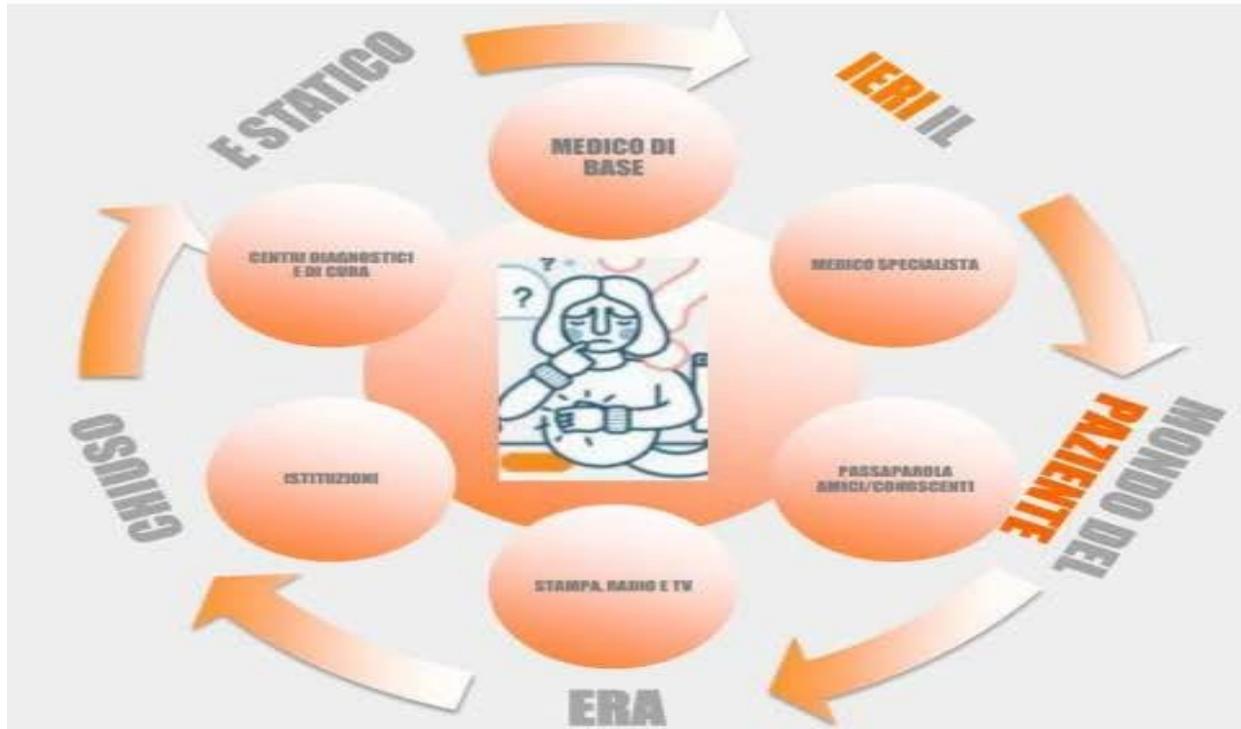
Le persone non reagiscono con le opportune azioni protettive al primo messaggio di allarme.

La maggior parte delle persone cerca invece ulteriori informazioni sul rischio imminente.

Il pubblico vuole ricevere informazioni sul rischio da una varietà di fonti e non da una sola persona.

Le diverse fonti devono essere per quanto possibile uniformi.

Troppe fonti, non sempre un bene!

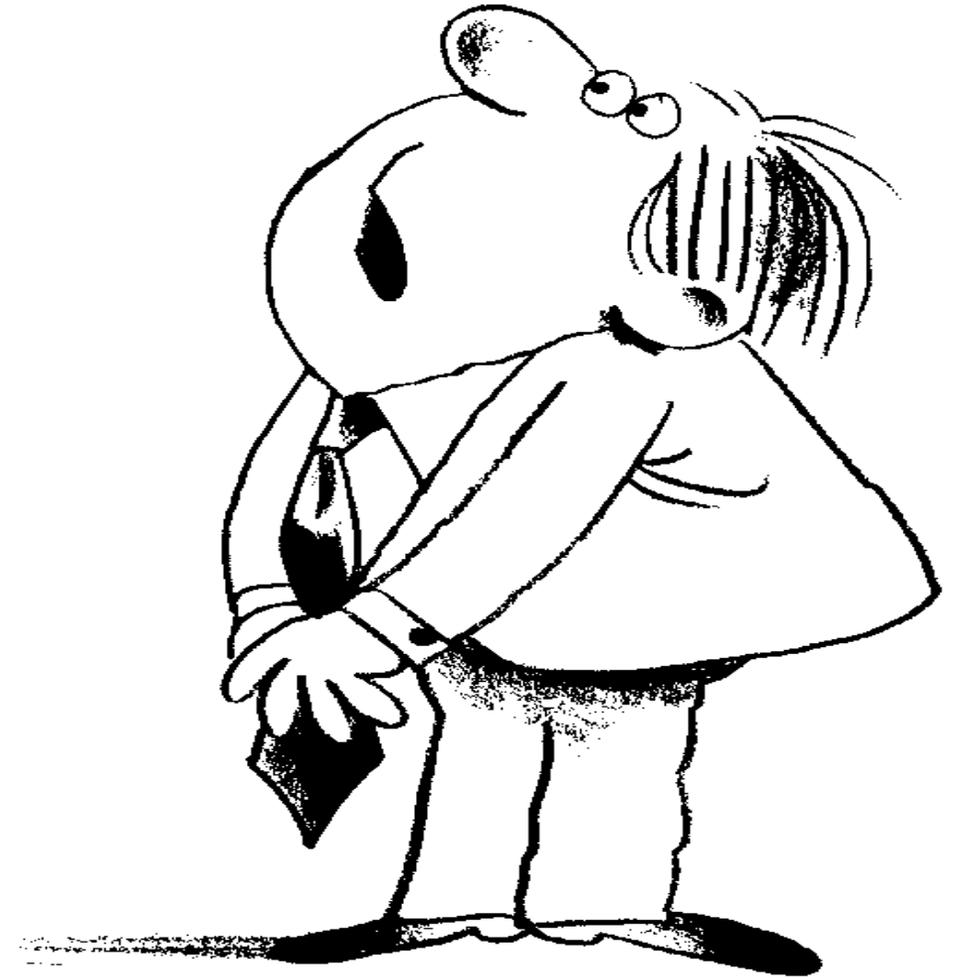


[C. Cenci, Center for Digital Health Humanities, 2015]



Esempio: Chernobyl

In quell'occasione si creò un clima di incertezza e di preoccupazione sia, per la diffusione di dati di discutibile interpretazione sia da consigli di comportamento spesso esagerati e contraddittori, privi di sicuro riferimento, suggeriti da funzionari, giornali, esperti.



Antagonisti di tale obiettivo sono tutti quei messaggi che provocano **lo spostamento dell'attenzione dal rischio effettivo alla percezione soggettiva del pericolo**, evocando in tal modo uno **stato di allarme non proporzionato** oltre alla caduta dell'effetto di fiducia nel sistema dei soccorsi.



Infodemia:

“la rapida diffusione di informazioni non accurate o incomplete in grado di attivare risposte emotive e di amplificare gli effetti di un'emergenza.”

Caratteristiche del messaggio che si vuole comunicare

Specificità. Deve essere sufficientemente specifico sull'area interessata, su cosa le persone dovrebbero fare, sul tipo di rischio, su quanto tempo le persone devono attuare le azioni protettive e sulla fonte del messaggio. In caso di incertezza dichiarare esplicitamente quali punti non possano essere indicati con precisione.

Coerenza. Se le incoerenze sono dovute alla maggiore informazione che si ha sul rischio, la coerenza si raggiunge facendo riferimento a quello che è stato detto prima, spiegando come la situazione sia mutata ed ai motivi che hanno portato a tale mutamento.

Certezza. Il messaggio deve essere certo, anche quando le condizioni sono incerte. In tal caso affermare che non c'è modo di essere certi se l'evento si verificherà, ma che si è deciso di agire come se questo si verificherà con certezza.

- **Chiarezza.** Le parole del messaggio devono essere semplici e comprensibili da parte di tutti.
- **Accuratezza.** La scarsa accuratezza rende poco credibile la fonte delle informazioni. Accuratezza implica anche assenza di errori banali: porta a credere possibili anche errori su questioni importanti.

Sei principi per una comunicazione efficace

Siate i Primi: Le crisi sono sensibili al tempo



Siate onesti

L'accuratezza è credibilità!

Le informazioni dovrebbero includere ciò che è noto e non e cosa si sta facendo per far fronte ai gap mancanti





Siate sempre credibili
La sincerità non andrebbe mai compromessa



Forum Risk Management

obiettivo sanità salute

26-29 NOVEMBRE 2024
AREZZO FIERE E CONGRESSI

19



Mostrare rispetto
Promuovere la cooperazione e il rapporto



Promuovere l'azione
Calmare l'ansia
Trasmettere senso di controllo



Esprimete empatia
La sofferenza va espressa in parole
Costruite fiducia con le persone

Il messaggio e l' audience



Forum Risk Management

obiettivo sanità salute

26-29 NOVEMBRE 2024
AREZZO FIERE E CONGRESSI

19



Capite il vostro pubblico

Il pubblico giudicherà il messaggio in base al contenuto,
al messenger e al metodo di consegna



Fate lavorare i fatti nel messaggio

Siate concisi e concentrati

Esprimetevi in termini positivi

Ripetere il messaggio

Promettete solo ciò che può essere mantenuto

Usate un linguaggio semplice

Evitate la speculazione e la polemica

Evitate l'umorismo

LA COMUNICAZIONE IN EMERGENZA

ALL'INTERNO DELLA SQUADRA

- Deve basarsi su un glossario comune che sia condiviso.
- Deve raggiungere tutti i membri ed essere il più possibile preventiva all'evento.
- Deve provenire da una fonte certa che gode di legittimità

La comunicazione efficace tra i diversi team di soccorso e le agenzie coinvolte è fondamentale per coordinare le operazioni di soccorso e massimizzare l'efficienza delle risorse disponibili.

Ciò include la condivisione di informazioni cruciali, la pianificazione delle operazioni e la gestione delle risorse.

Comunicare tra le organizzazioni

Maggiori difficoltà organizzative (relazioni di autorità, procedure, reti e flussi di comunicazione, condizioni di incertezza e conflitti). Non si collabora con altre organizzazioni, per non aumentare i problemi organizzativi e per non rendere più visibili le proprie carenze e inefficienze.

Senso di superiorità - Qualche struttura può ritenersi cruciale in un disastro, superiore alle altre per competenza e capacità, professionalmente più preparata e può non trasmettere informazioni che riguardano le operazioni o collaborare alla pari.

Diverse percezioni delle necessità - Questo porta a opinioni diverse circa il cosa prioritariamente fare. E tutto questo è di ostacolo alla comunicazione.

Sovrapposizione di competenze - non sempre si percepiscono in modo chiaro i propri compiti e responsabilità rispetto alle altre organizzazioni

Comunicarere tra le organizzazioni

Soluzione:

Creare l'abitudine ad interagire in situazioni di normalità.

La comunicazione fra le organizzazioni formali e i diversi gruppi diventa più difficile in condizioni estreme.

L'interazione e la continuità fra ruoli normalmente svolti e compiti in situazioni di disastro rimuove gli ostacoli che si creano in condizioni eccezionali:

Migliora i rapporti fra le persone

Evita la sovrapposizione di responsabilità e conflitti di interesse

Riassumendo:

- Dare rassicurazione
- Fornire informazioni utili e coerenti
- Stroncane false notizie
- Usare un linguaggio chiaro e semplice
- Favorire la comprensione dei fatti
- Costruire un'immagine globale
- Creare legami interpersonali
- Creare condivisione di obiettivi
- Far condividere sensazioni ed emozioni
- Riconoscere le incertezze

- **ESSERE EMPATICA !!!**



Forum Risk Management

obiettivo sanità salute

26-29 NOVEMBRE 2024
AREZZO FIERE E CONGRESSI

19

La comunicazione avviene quando, oltre al messaggio, passa anche un supplemento di anima.

(Henri Bergson Filosofo francese 1859-1941**)**

Grazie per l'attenzione!



marchetti.r@hotmail.it
roberto.marchetti@villamaraini.it