

Parliamo di...

Lotta alle zanzare e strategie mediatiche

A. Drago

Mai come nel caso della zanzara tigre appare necessario il coinvolgimento dei cittadini per contrastare la proliferazione di questo fastidioso insetto.

La sua capacità di colonizzare focolai di piccola e piccolissima dimensione e, soprattutto, la caratteristica di riprodursi in acque presenti entro contenitori come secchi, bidoni, sottovasi e caditoie, ne fa una zanzara strettamente legata all'ambiente urbano, giardini privati inclusi.

Un amministratore che si trova a dover affrontare il problema di una città afflitta dalla zanzara tigre non potrà quindi concentrarsi esclusivamente sull'appalto di disinfestazione in quanto, pur condotta al meglio, la lotta applicata unicamente al territorio pubblico non potrà fornire risultati soddisfacenti.

È tanto semplice dirlo quanto risulta difficile attuarlo: se tutti i cittadini rovesciassero settimanalmente i propri secchi e trattassero le proprie caditoie, di zanzare in giro ve ne sarebbero ben poche.

Consapevoli della difficoltà di con-

vincere tutti a fare quanto si dovrebbe, si può almeno cercare di coinvolgere quante più persone possibili. Nonostante siano anni che la popolazione viene informata da articoli su giornali e servizi televisivi, può sembrare incredibile ma ancora molte persone sono convinte che le zan-

zare che ci attaccano nei nostri giardini vengano da un fosso o da un fiume, che il colpevole sia il campo incolto dietro casa o che riempiendo il giardino di gerani e basilico il pericolo venga scongiurato, sorprendendosi quando ovviamente così non è.



La lotta alle zanzare passa attraverso la conoscenza della loro ecologia e del loro ambiente; alcuni manifesti di semplice consultazione aiutano allo scopo. In primo piano una trappola ad anidride carbonica per la cattura degli adulti



La proiezione di documentari sulle zanzare attira l'attenzione. Per chi vuole osservare larve e uova nel dettaglio, la disponibilità di un binoculare dà l'opportunità di un insolito punto di vista

Oggi siamo assillati da pubblicità e spot di vario genere e quindi ogni messaggio che riceviamo e che non ci appare di immediata utilità, viene recepito molto superficialmente e rapidamente dimenticato.

Certo, informare ripetutamente la gente con continui articoli sui quotidiani è utile per tenere sempre desta l'attenzione sul problema, ma sarà difficile convincere il lettore frettoloso a esaminare attentamente l'articolo e ancora più difficile persuaderlo a

mettere in pratica ciò che legge.

Un problema che è apparso chiaro in questi anni è che esiste una reale difficoltà a trasportare in casa propria quanto viene scritto su di un giornale; come quando si parla di rapimenti e disgrazie di vario genere, sembra sempre che certe cose debbano capitare agli altri: sono gli altri che hanno le caditoie infestate, nel "nostro bel giardino curato" ciò non può accadere.

Allo stesso modo di come si affron-

tano progetti di comunicazione per vendere quel latte che resta sempre fresco o quella gomma che non si attacca ai denti, sarebbe necessario compiere ricerche di mercato allo scopo di individuare quale sia il modo più efficace per far "passare" il messaggio. Questo non è possibile per i costi elevati non recuperati poi dalla vendita del prodotto sul quale la ricerca è stata effettuata. Diventa utile però cercare di osservare le cose da vari punti di vista e quindi, con l'ausilio di un addetto ai lavori, studiare la modalità di comunicazione mediatica.

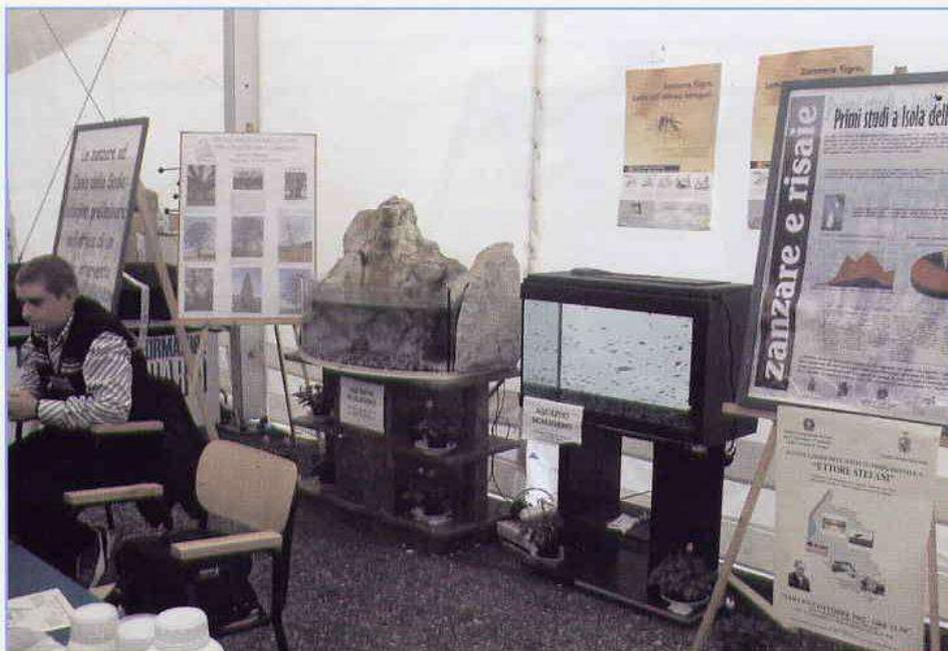
In definitiva non è tanto l'utilità immediata del messaggio che fa sì che la popolazione sia indotta ad assorbirlo, ma la modalità con cui il messaggio stesso viene comunicato.

In tal senso è indispensabile ricorrere a tecniche di comunicazione che, se già da tempo applicate nel settore commerciale, risultano nuove quando si parla di zanzare.

Anche i più comuni e diffusi strumenti come i volantini e i manifesti, devono essere studiati al fine di renderli utili e non siano solo costosa carta che ritroviamo nelle campagne per la raccolta differenziata.

Un volantino, un pieghevole o un manifesto, deve agire su vari livelli in modo che sia assorbito da tutti coloro che se lo trovano dinanzi, dall'impegnato, all'uomo d'affari con pochissimo tempo a disposizione, al pensionato che passeggia tranquillamente mentre si reca ad acquistare il giornale.

Graficamente il manifesto deve essere in grado di attirare l'attenzione di chi lo vede con la coda dell'occhio; deve indurre il passante a fermarsi e a dedicare pochi secondi per capire di cosa si tratta. A questo punto vi deve essere un messaggio che comunichi in modo estremamente sintetico quale sia il problema e susciti l'intento di soffermarsi ancora alcuni secondi (passando così al secondo livello). Il testo, che spa-



Negli acquari nuotano i nemici delle zanzare naturalmente presenti nelle risaie. Spettacolare la possibilità di assistere alla predazione delle larve

venta e induce alla fuga, deve essere ridotto al minimo, magari sostituito il più possibile da illustrazioni che non stancano e sfruttano anche la memoria visiva. L'ultimo livello è dedicato a coloro che, per interesse personale o per disponibilità di tempo, sono disposti a leggere; a questo scopo le indicazioni fornite con foto o disegni potranno essere precisate con un testo, purché sia ridotto. Gli incontri pubblici con la popolazione rappresentano un'espedito abbastanza sfruttato. In questo caso subito ci si trova di fronte ad un problema: quando farli?

Se li si organizza troppo precocemente rispetto all'insorgenza dell'infestazione (in marzo o aprile) la gente non percependo il problema come immediato (non è ancora stata punta) sarà poco invogliata a partecipare; se li si organizza troppo tardi (agosto-settembre) qualora i partecipanti decidessero di mettere in pratica ciò che hanno appreso rimarrebbero delusi poiché gli sforzi apparirebbero irrilevanti di fronte alla massiccia infestazione. Il periodo più adatto potrebbe essere maggio o giugno.

Comunque pur quando ben pubblicizzati con annunci su quotidiani o sul giornalino comunale o addirittura tramite inviti recapitati a tutte le famiglie, le partecipazioni risultano di solito piuttosto scarse, il che è dovuto o alla convinzione di saperne già abbastanza oppure all'alta frequenza di queste iniziative.

Più efficaci sono invece le lezioni tenute presso le scuole: gli alunni o gli studenti possono risultare utili mezzi per veicolare l'informazione nelle proprie case, questo anche considerato il naturale entusiasmo che i bambini nutrono verso la caccia al tesoro (cioè alle larve). In questo caso di notevole ausilio sarà materiale vario come acquari con pesci larvivori, stecche di legno con uova, vaschette con larve, gabbie con adulti di zanzara di varie specie.

Affinché il problema della prevenzione contro la zanzara tigre penetri a fondo nella coscienza dei bambini, e di conseguenza dei loro genitori, possono essere organizzati giochi e momenti di svago.

Album sulle zanzare da colorare e giochi nei momenti di ricreazione (una caccia al tesoro volta a scoprire i focolai celati nel parco giochi), così come ricerche da svolgere a casa, possono risultare molto utili ai

nostri fini. Perché questo avvenga agli insegnanti dovranno essere fornite le necessarie informazioni e quindi dovranno ricevere un minimo di formazione e di materiale didattico come videocassette o CD interattivi. Quando non si riesce a convincere la popolazione a partecipare agli incontri, un approccio molto utile risulta essere quello del chiosco informativo. In un momento di aggregazione come può essere una fiera

Zanzara Tigre. Lotta all'ultimo sangue.



Arrestare la diffusione della zanzara tigre è possibile anche grazie al tuo aiuto. Contribuisci anche tu a sconfiggerla.

! Alcune regole per combattere la diffusione della zanzara tigre a casa tua.



Svuota ogni settimana sottovasi, secchi, ciotole per l'acqua del cane, etc.



Spruzza ogni settimana i tombini con normale insetticida spray ed accertati che le grondaie scarichino correttamente.



Copri accuratamente e senza lasciare fessure vasche e bidoni per l'irrigazione affinché le zanzare non possano raggiungere l'acqua per riprodursi.



Evita la formazione di ristagni eliminando i contenitori inutili o coprendoli affinché non accumulino acqua.



Nelle fontane e nelle vasche introduci alcuni pesci che si cibano delle larve della zanzara, bloccandone la riproduzione.



REGIONE VENETO
SETTORE SANITA' E SOCIALE
Assessorato alle Politiche Sanitarie

a cura di Entostudio

In collaborazione con ULSS Veneto

La zanzara che punge attira l'attenzione del passante, le vignette trasmettono quindi le informazioni essenziali. Un breve testo fornisce qualche dettaglio in più



Stand di informazione sulle zanzare organizzato, con altre iniziative, in corrispondenza di una giornata ecologica a Padova



Un album da colorare può essere un valido strumento per coinvolgere i bambini delle scuole elementari

cittadina o un mercatino, le persone che passeggiano sono già predisposte a fermarsi, ad osservare, a cogliere quanto di utile o divertente possono incontrare tra i banchetti e quindi saranno più disponibili e recettive. Si può dunque organizzare un gazebo ove il personale specializzato possa informare i passanti. In questo caso manifesti e cartelloni indurranno le persone ad avvicinarsi. Gli acquari dove ad esempio potrà essere osservata la predazione di larve di zanzara da parte di pesci, è un modo per accendere l'interesse e l'occasione per distribuire del materiale per educare le persone alla profilassi necessaria.

Sarà necessaria pazienza e costanza perchè il preoccuparsi della bonifica dei nostri giardini penetri nella coscienza popolare. In fin dei conti il problema delle zanzare è un qualcosa per cui fino ad ora tutti siamo stati abituati a considerarlo di esclusiva pertinenza pubblica. Ma per riuscire nel nostro scopo è indispensabile che i mezzi di comunicazione siano sapientemente utilizzati.

Andrea Drago
Entostudio