UNIVERSITÀ DI PISA

RISP

REPORT INFODEMICO PER LA SANITÀ PUBBLICA

HANTAVIRUS

DATI 6-12 MAGGIO 2026

CRESP
COMUNICAZIONE DEL RISCHIO IN EMERGENZA PER LA SANITÀ PUBBLICA

Pisa Public Health Research Lab

ANALISI 6-12 MAGGIO

Sintesi della situazione informativa su Hantavirus

Il presente monitoraggio infodemico offre una fotografia della dinamica informativa relativa alla diffusione dell'Hantavirus nel contesto italiano. L'analisi è stata condotta dal 6 al 12 maggio 2026 attraverso una metodologia mista: un monitoraggio quantitativo dei volumi web e social (tramite piattaforma Extreme) integrato da una ricerca qualitativa mirata sui canali a maggior impatto algoritmico (Instagram e TikTok), dallo studio degli intenti di ricerca degli utenti su Google Trends e da una analisi dei principali programmi televisivi che hanno trattato il tema.

Il dato di maggiore rilievo è la crescita esponenziale dell'attenzione: nell'ultima settimana, la produzione di contenuti online legata al tema è **aumentata del 500%**. Sebbene in questa fase non si riscontrino ancora filoni strutturati di misinformazione o campagne di disinformazione organizzate nel nostro Paese, il sistema rileva i primi inequivocabili segnali di una deriva infodemica.

La conversazione è attualmente caratterizzata da:

- Riflesso condizionato post-pandemico: una forte polarizzazione alimentata dalla memoria del Covid-19, che genera sfiducia immediata verso esperti e istituzioni.

- Crescente pressione dei media generalisti: i volumi di contenuto sono guidati principalmente da testate e trasmissioni TV che, alla ricerca di engagement, tendono a sovradimensionare la reale portata epidemiologica del focolaio.

- Trend dei creator: l'uso del tema in chiave ironica o attraverso i "meme" da parte di profili lifestyle e generalisti, che decontestualizzano l'informazione sanitaria per generare visibilità personale.

In questo scenario, l'attività di social listening non è solo un esercizio di monitoraggio, ma uno strumento per identificare le azioni prioritarie di comunicazione del rischio e contrasto alla disinformazione da mettere in atto. È prioritario identificare e colmare tempestivamente i vuoti informativi che emergono dalla discrepanza tra l'elevato volume di ricerche da parte dei cittadini (sintomi, mappe di diffusione, rischi occupazionali) e la limitata disponibilità di contenuti informativi ufficiali e basati sulle prove scientifiche. La storia delle recenti emergenze sanitarie insegna che ogni spazio lasciato vuoto dalla comunicazione istituzionale viene rapidamente colonizzato da narrative distorte e teorie del complotto. Agire sui segnali precoci qui delineati è fondamentale per prevenire la cristallizzazione di nuove distorsioni narrative nel dibattito pubblico.

RISP – Report infodemico per la sanità pubblica è prodotto dal Pisa Public Health Research Lab dell'Università di Pisa, diretto dalla professoressa Caterina Rizzo e coordinato da Cesare Buquicchio – direttore scientifico del progetto CreSP – Comunicazione del rischio in emergenza per la Sanità Pubblica – e realizzato da Francesco Gesualdo, Veronica Bartolucci e Diana Romersi.

RISP – REPORT INFODEMICO PER LA SANITÀ PUBBLICA

L'analisi della situazione informativa mostra come la produzione di contenuti online legata ad Hantavirus sia cresciuta del **500% negli ultimi 7 giorni di monitoraggio** (*fonte: Monitoraggio Extreme*). Dalla ricerca qualitativa su **Instagram** e **TikTok** al momento in Italia non emergono significativi filoni di disinformazione o di distorsioni narrative. Nel nostro Paese non sembrano essere rilevanti le narrative citate il 12 maggio da una **nota ufficiale EMA** che smentisce il filone di disinformazione che collega il focolaio di Hantavirus ai vaccini anti Covid-19 a mRNA e alla ricerca di nuovi vaccini basati sulla stessa tecnologia. Allo stesso modo non sembrano rilevarsi nelle conversazioni sui social media in italiano riferimenti significativi alla promozione di sostanze dai presunti effetti protettivi o terapeutici nei confronti del virus.

Le narrative più frequenti

Sui social media analizzati emergono dinamiche molto influenzate dalla memoria della pandemia da Covid-19. Hantavirus viene rapidamente associato a sfiducia, polarizzazione e ironia. Si possono descrivere alcune frequenti tipologie di conversazioni e reazioni:

- **Profili di divulgazione scientifica**: ricevono molti commenti complottisti legati all'idea di virus creato in laboratorio, "nuova pandemia costruita" o interessi nascosti. Il tema viene spesso letto attraverso la sfiducia maturata durante il Covid-19.

- **Med-influencer**: un elemento particolarmente rilevante riguarda i contenuti pubblicati da medici e professionisti sanitari molto esposti mediaticamente durante la pandemia. Anche quando i loro interventi si limitano a fornire informazioni su sintomi, dati sulla mortalità o sui contagi, i video generano centinaia di commenti negativi, spesso dominati da riferimenti polemici alla gestione del Covid-19 e associati ad accuse di allarmismo e forte sfiducia verso esperti e istituzioni sanitarie. Quanto delineato mostra come alcune figure mediche siano capaci di riattivare conflitti e narrative post-pandemiche indipendentemente dal tema specifico trattato, e il contenuto informativo tende spesso a passare in secondo piano, perdendo addirittura di valore e affidabilità (fenomeno backlash o ritorno di fiamma).

- **Media generalisti**: vengono accusati di fare "terrorismo mediatico", ingigantire un evento limitato e creare allarmismo per ottenere visibilità. Dal monitoraggio dei dati, al momento, sono la fonte che produce i più alti volumi di contenuti online in assoluto.

- **Profili istituzionali**: ricevono commenti molto critici su incapacità delle istituzioni, ruolo dell'OMS, critiche sul tema vaccini e su gestione della pandemia. In molti casi Hantavirus diventa solo un'occasione per riattivare discussioni e conflitti già esistenti.

- **Creator**: parallelamente, **il tema Hantavirus nei giorni monitorati si sta diffondendo anche fuori dalle community scientifiche**. Molti creator lifestyle, meme page, profili comici e creator generalisti stanno pubblicando contenuti ironici che richiamano il lockdown e le abitudini pandemiche ("io che corro a comprare il lievito", "si ricomincia", quarantene, supermercati vuoti, ecc…). In questi casi Hantavirus viene usato soprattutto come argomento in trend, capace di generare engagement e visibilità a beneficio dei profili personali o attività commerciali.

Primi segnali infodemici

Gli elementi prima evidenziati contribuiscono alla diffusione del tema in moltissime nicchie digitali, anche molto lontane dall'informazione sanitaria e tra community di personaggi che non sono in grado di dare informazioni corrette e adeguate generando i primi segnali di deriva infodemica con la diffusione sovrabbondante di contenuti che vanno a confondere messaggi accurati e utili con elementi di misinformazione e disinformazione rendendo più difficile per i cittadini orientarsi correttamente.

Esposizione televisiva: oltre ai dati online monitorati, a rafforzare questi primi segnali di deriva infodemica, si può accostare l'analisi qualitativa dei principali programmi televisivi che hanno trattato il tema negli ultimi sette giorni. L'esposizione del tema Hantavirus nei servizi e nelle trasmissioni televisive è stata notevolmente crescente e, oltre alla frequenza di servizi nei telegiornali e sui canali "all news", molte trasmissioni generaliste (*ad esempio Mattino Cinque, Quarta Repubblica, Dritto e Rovescio, 4 Di Sera Weekend, Aria che tira, ecc.*) hanno dedicato spazio al tema.

I vuoti informativi

Un ultimo elemento rilevante riguarda il **volume estremamente elevato delle interazioni.** I contenuti pubblicati sul tema Hantavirus stanno generando decine di migliaia di commenti tra piattaforme diverse, con livelli di partecipazione molto superiori rispetto alla reale dimensione epidemiologica del focolaio.

Dal punto di vista infodemico, questo patrimonio conversazionale rappresenta una fonte molto utile per osservare:

- dubbi e vuoti informativi nella popolazione;
- percezione del rischio;
- narrative complottiste;
- livelli di fiducia o sfiducia verso media e istituzioni;
- modalità con cui gli utenti reinterpretano le informazioni sanitarie e la comunicazione del rischio.

Temi neutrali

Dalla analisi dei social media emergono, in misura minore, anche temi neutrali e domande più concrete su roditori, gestione dei rifiuti e possibili rischi occupazionali, probabilmente legate alla copertura mediatica del contagio del 'paziente zero' durante attività di birdwatching in una discarica in Argentina.

Le domande riguardano soprattutto:

- rischi per chi lavora nelle discariche;
- presenza di roditori in città;
- allevamenti domestici e galline;
- possibili esposizioni ambientali

Target audience

Per quanto riguarda l'identificazione di una target audience su cui pianificare materiali comunicativi specifici, alcune delle categorie più esposte alla disinformazione sul tema e/o bisognose di informazioni esaustive sono:

- operatori sanitari, USMAF e personale di frontiera
- equipaggi navali/marittimi e settore turistico-crocieristico
- contatti tracciati, loro familiari e viaggiatori, soprattutto da e per il Sudamerica (incluse comunità sudamericane residenti in Italia)
- lavoratori esposti alla narrazione "roditori/discarica" (operatori ecologici, disinfestazione, agricoli, community di birdwatching

Social media - Ministero della Salute

La comunicazione social del ministero della Salute sul tema si limita ad un post che rimanda alla sezione FAQ sul sito, a fronte di una crescita esponenziale di articoli, video e commenti da parte di tutti i profili sopracitati.

Le ricerche sul web

I dati di ricerca italiani (*fonte Google Trends*) nei giorni analizzati mostrano un picco di interesse pubblico concentrato su **sintomi** e **situazione locale** (Italia, Roma, Toscana) e su **mappe di diffusione in tempo reale**. Questo indica una popolazione in **fase di allerta attiva** che cerca rassicurazioni concrete e strumenti di monitoraggio del rischio.

- **Tra i quesiti più ricercati online associati al termine Hantavirus figurano quelli che riguardano i sintomi e la domanda "Quando preoccuparsi?"**

Per rispondere a queste domande, oltre a rafforzare le occasioni ufficiali di comunicazione del rischio finora utilizzate, sarebbe consigliabile realizzare contenuti visuali (infografiche) per una fruizione più semplice online, offline e sui canali social, che possano dare informazioni sull'epidemiologia dell'Hantavirus e sui rischi per la salute pubblica e su:

- Sintomi iniziali generici
- Segnali d'allarme specifici
- Tempistiche di incubazione
- Definizione di "contatto a rischio"

- **Tra le domande dominanti su Google Trends c'è anche "Dove si trova?"**

Vista l'attuale assenza di trasmissione a livello locale è comprensibile l'assenza di mappe geolocalizzate realizzate dalle istituzioni sanitarie. Tuttavia, questo elemento va considerato alla luce della familiarità acquisita dai cittadini su altre emergenze sanitarie, a cominciare dalle mappe realizzate durante la pandemia Covid-19, e va monitorata l'eventuale esigenza di colmare questo vuoto informativo delineando esattamente, e in modo costante, la localizzazione dei casi noti in tutti i materiali comunicativi.