

IL CITTADINO AL CENTRO DELLE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE SUI TEMI DELLA SALUTE: PRESENTE E FUTURO

Calamusa A., Verani M., Frullani T., Martini I., Carducci A.



Osservatorio della Comunicazione Sanitaria



INTRODUZIONE

Il concetto attuale di "salute", che vede la partecipazione anche delle istituzioni non sanitarie alla costruzione di ambienti e stili di vita più sani, rende necessaria la creazione di cittadini competenti su questi temi e l'istituzione di intermediari per la comunicazione efficace fra enti diversi e fra questi e gli individui. La capacità del cittadino di autodeterminare la propria salute, al di là delle possibilità economiche, dipende principalmente dal suo grado di "alfabetizzazione sanitaria", intesa come capacità di comprendere e decidere, soprattutto oggi, con il continuo aumento della distanza che si è venuta a creare tra la "comunicazione pubblica" e quella "di mercato", dove la prima ha come obiettivo la diffusione di informazioni che rispondano in maniera etica a bisogni collettivi e utili per il raggiungimento del benessere comune, la seconda, invece, si propone di far conoscere prodotti e servizi con lo scopo di promuoverne l'acquisto in ambito sanitario. Il divario fra questi due ambiti della comunicazione è particolarmente evidente e critico. Per una migliore tutela e promozione della salute è indispensabile tenerne conto e farne oggetto continuo di osservazione. Del resto le scelte dei cittadini clienti nella "sfera della medicina", oggi sono sempre più condizionate dalla macchina onnivora dell'informazione di massa che produce con grande velocità notizie spesso imprecise nel contenuto ed a volte fuorvianti nel tono del messaggio. In uno scenario del genere si inseriscono problematiche emergenti nella gestione della salute collettiva e individuale: le politiche vaccinali, il consenso informato, l'uso dei farmaci, le medicine alternative, la scelta delle strutture cui rivolgersi per diagnosi e cura, le politiche di gestione dell'ambiente, la creazione di servizi di sanità territoriali, i piani di comunicazione inter ed intra aziendali. L'attuale impostazione dell'assistenza sanitaria, basata sulla qualità delle prestazioni e dei servizi ha la necessità di valutare la soddisfazione dell'utente, mantenendo verso il cittadino-utente-paziente una continua osservazione dei bisogni e della qualità percepita nelle prestazioni ricevute. D'altra parte coloro che operano nell'ambito della comunicazione, quali addetti agli URP o agli uffici stampa o giornalisti, incontrano talora difficoltà nel dialogare con il personale sanitario e nello spiegare correttamente al pubblico le problematiche legate alla salute.

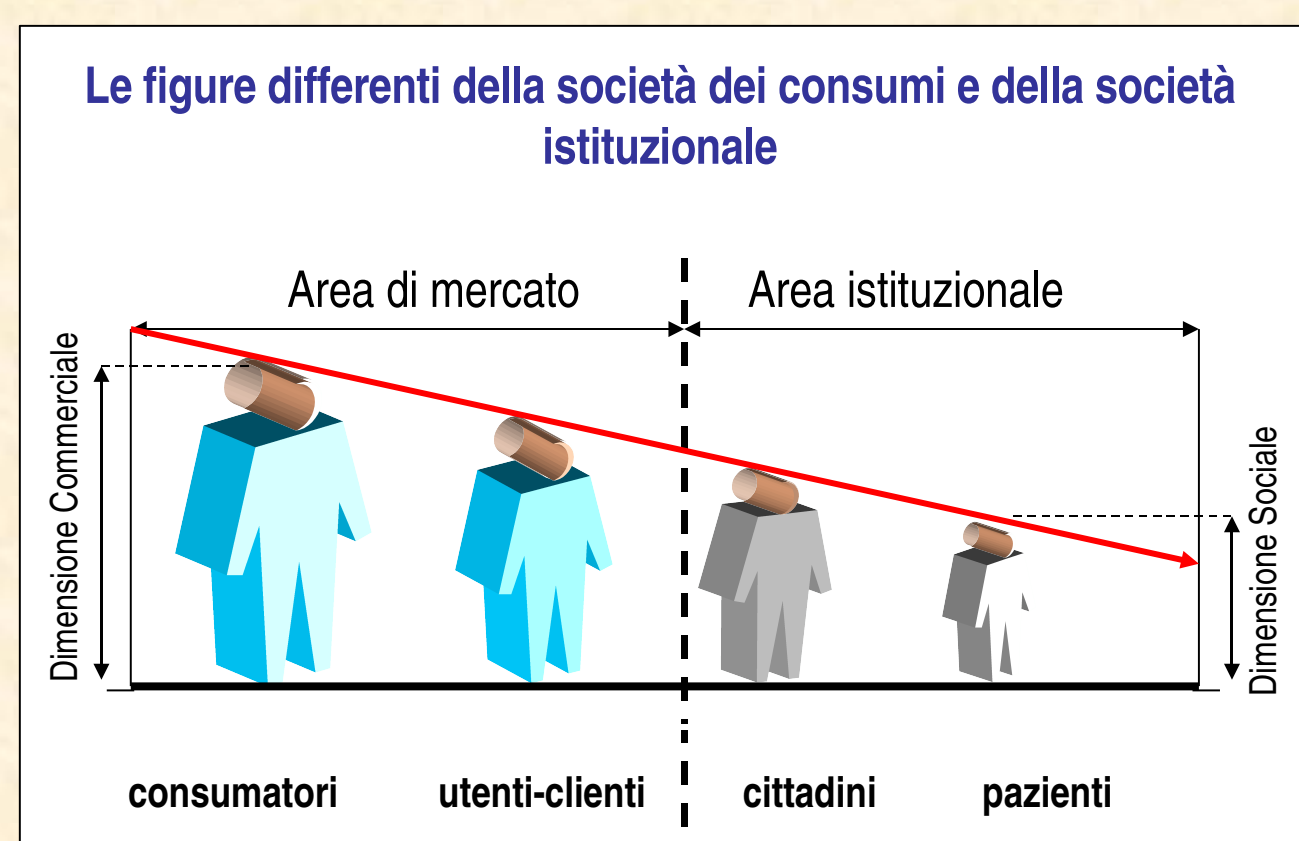
METODI

Una prima sorveglianza è stata condotta per stimare la conoscenza di parole sanitarie tra adulti che hanno frequentato alcune strutture sanitarie: 16 pazienti ospedalieri e 37 utenti di aziende sanitarie locali. Successivamente una seconda sorveglianza ha interessato la popolazione in generale: 148 persone prevalentemente con più di 71 anni di età (74%). Il questionario era costituito da 50 domande distribuite in 5 sezioni.

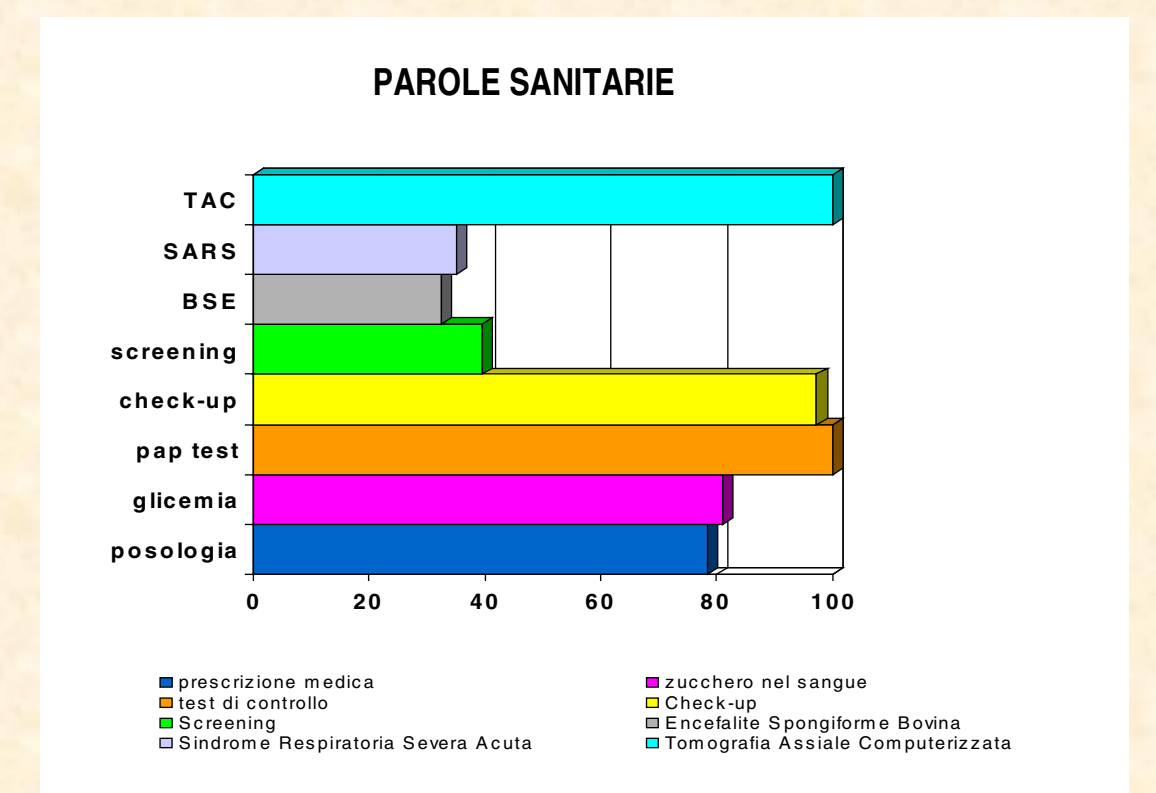
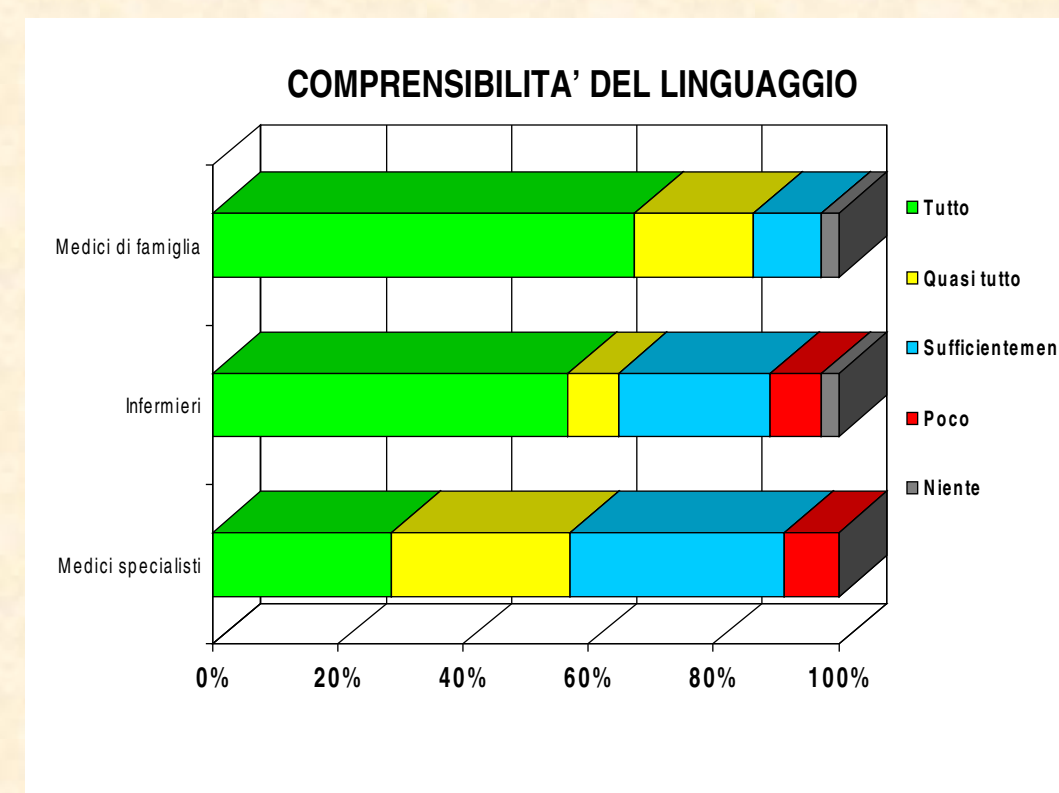
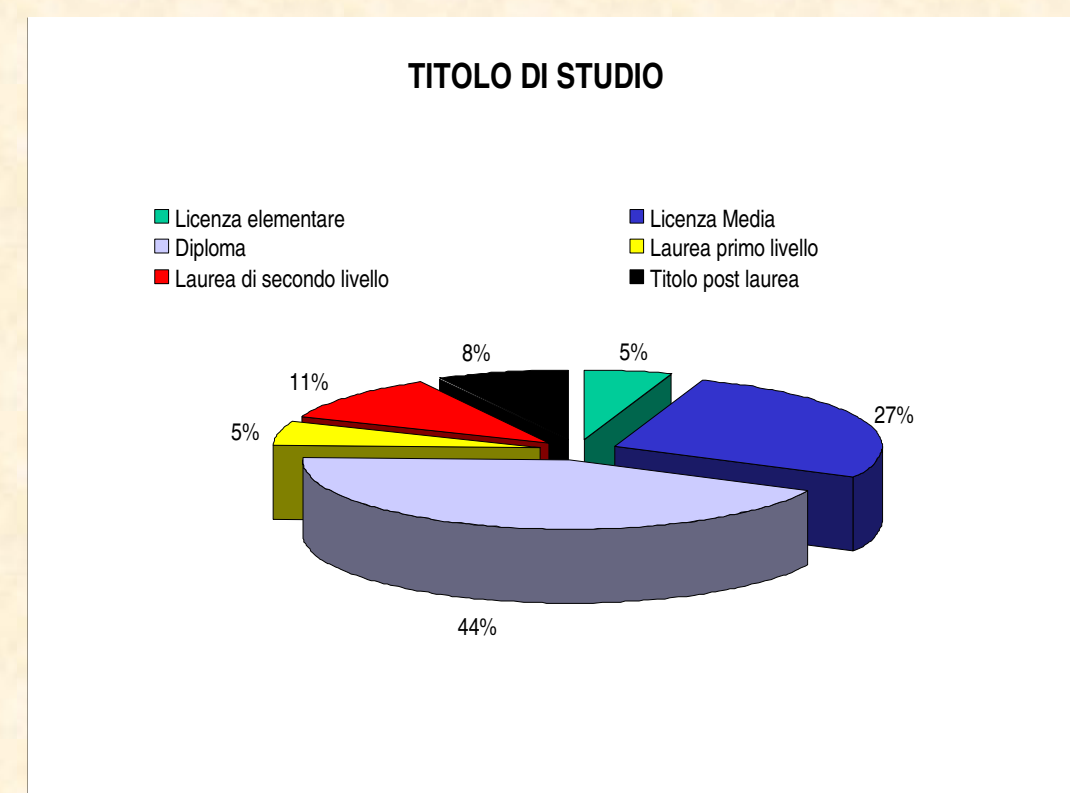
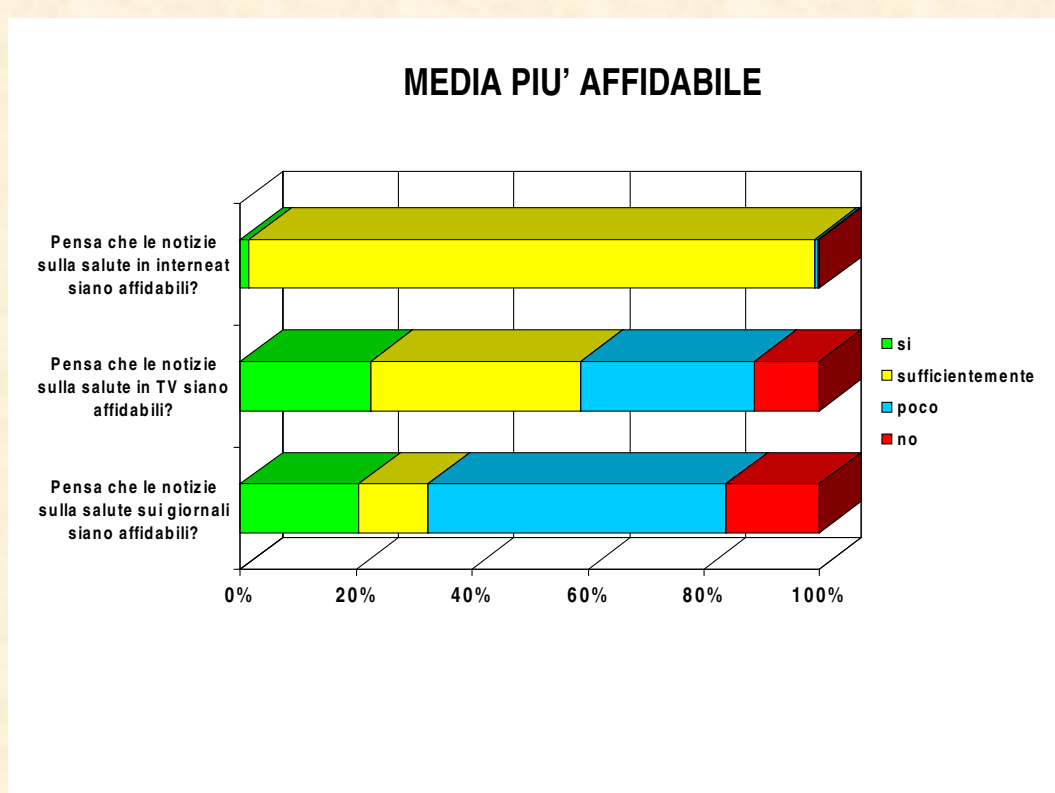
RISULTATI

Nel primo monitoraggio, la maggioranza degli intervistati possedeva la licenza media (43% nelle A.S.L., 37% negli ospedali). Più della metà dei campioni analizzati ha risposto correttamente alle definizioni (78% nelle A.S.L., 69% negli ospedali). Le parole meno comprese sono state "BSE" and "screening". Il linguaggio sanitario più chiaro secondo gli utenti delle A.S.L. è quello dei farmacisti (72%) mentre per i pazienti ospedalieri quello dei farmacisti e dei medici di famiglia (62%).

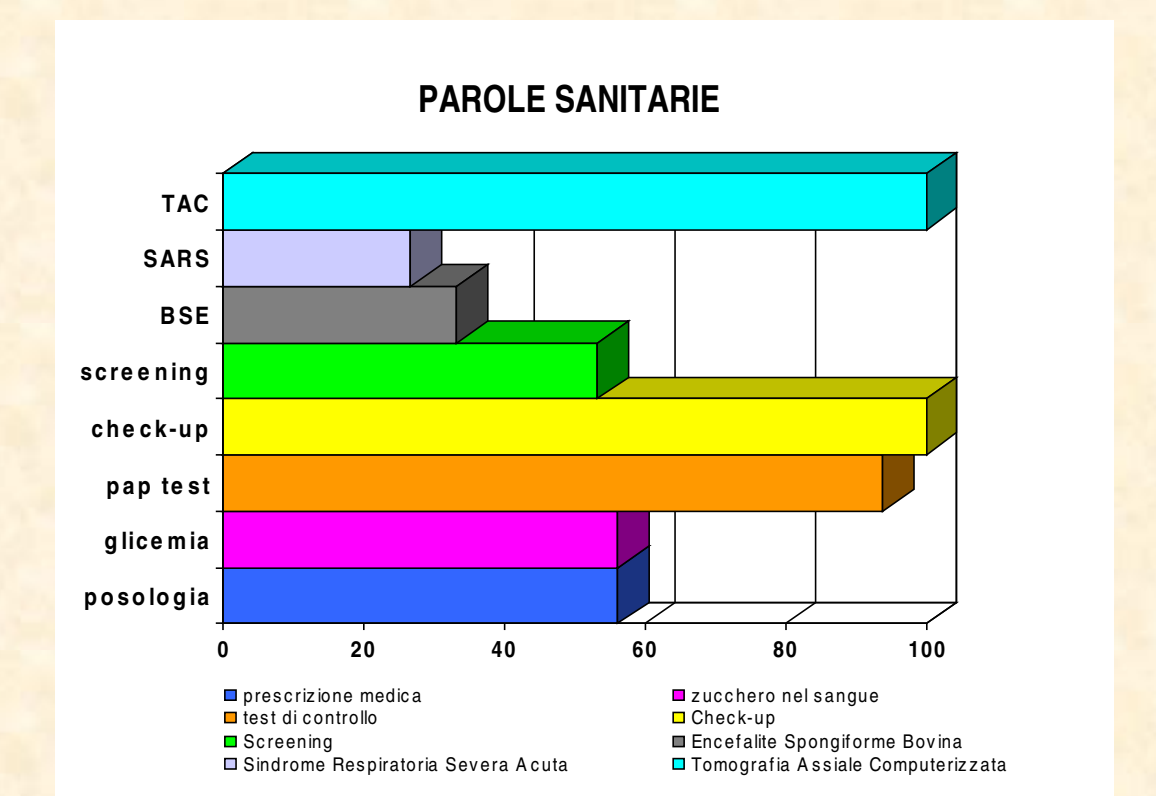
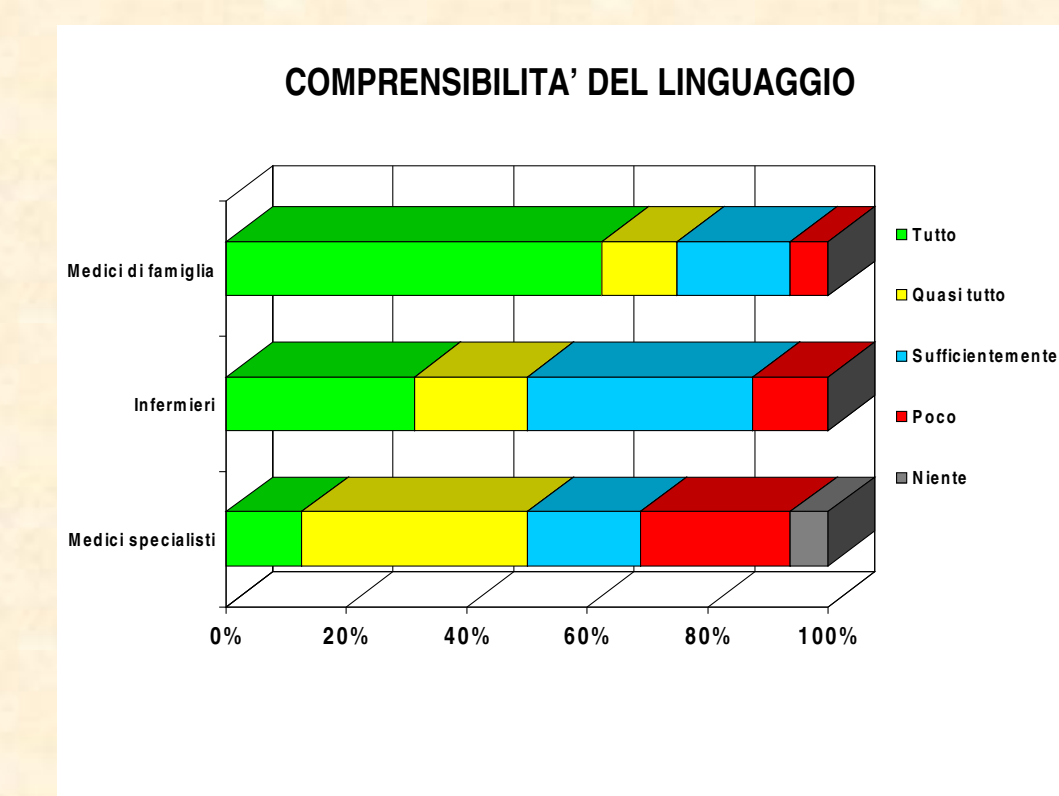
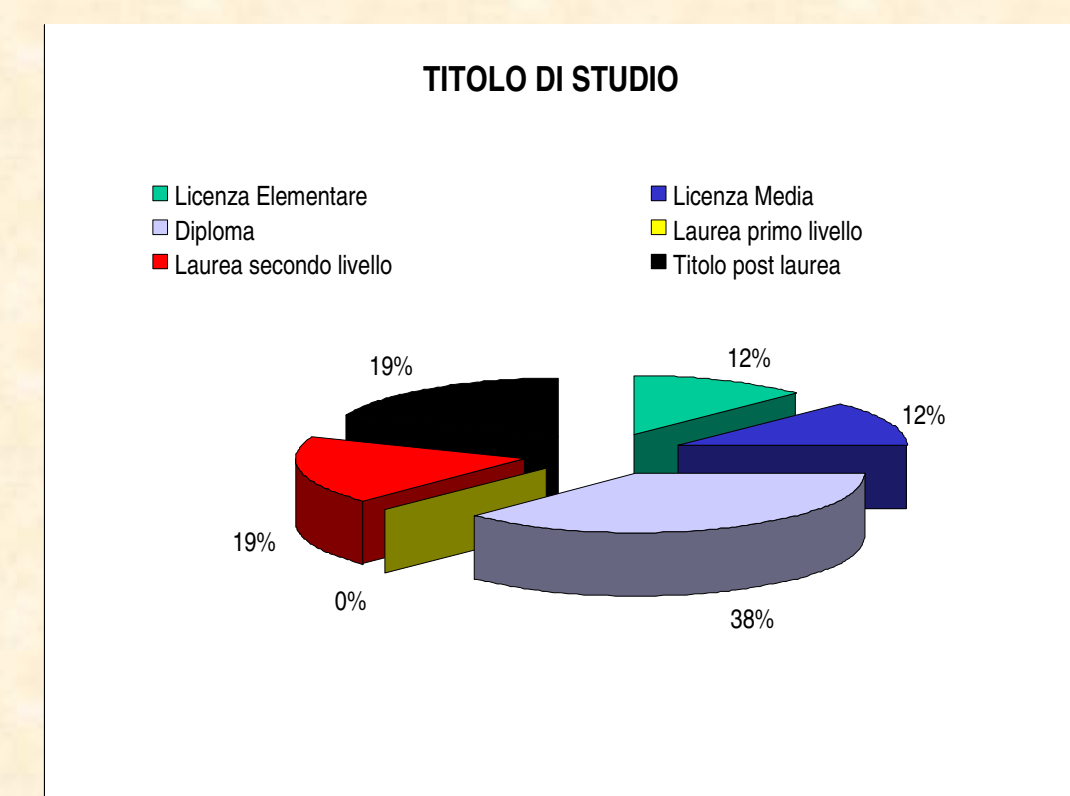
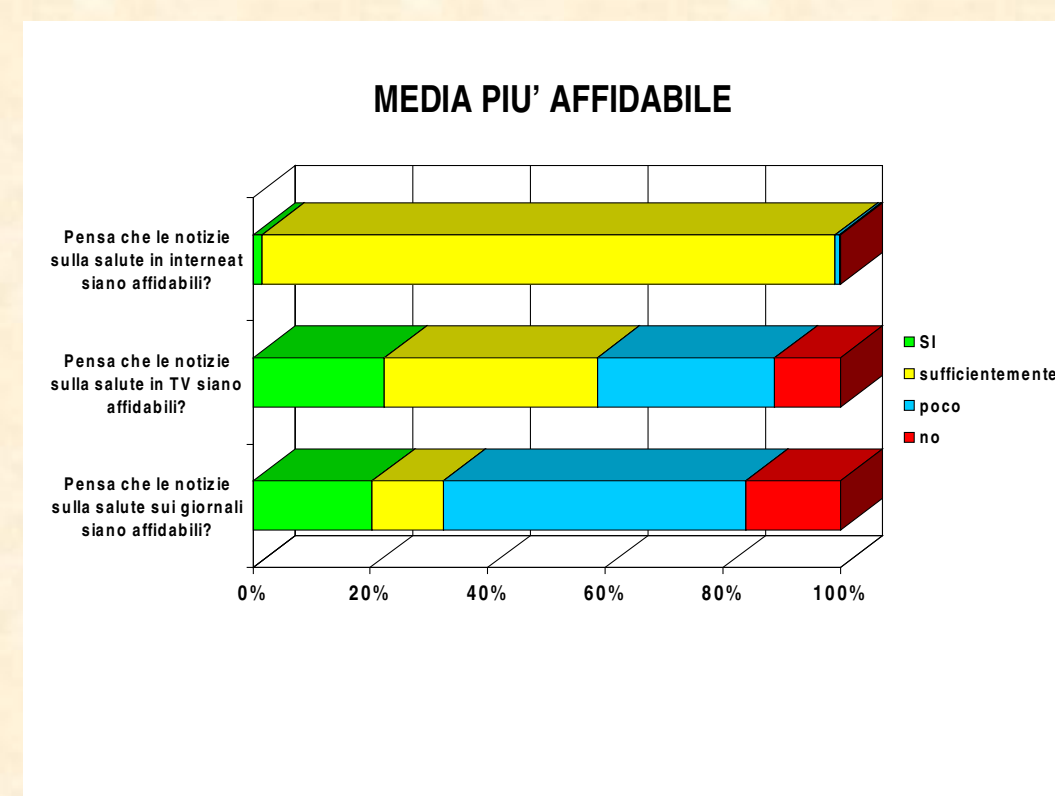
Nel secondo monitoraggio la maggioranza degli intervistati possedeva licenza elementare (48%). La TV è considerata come il media più affidabile (58%), seguito dai giornali (17%) e dalla radio (7%). Il linguaggio sanitario più chiaro è quello utilizzato dai medici di famiglia (87%) e dai farmacisti (69%). La parola più compresa è stata check-up (91%), mentre quelle meno comprese sono state screening (54%) e posologia (64%).



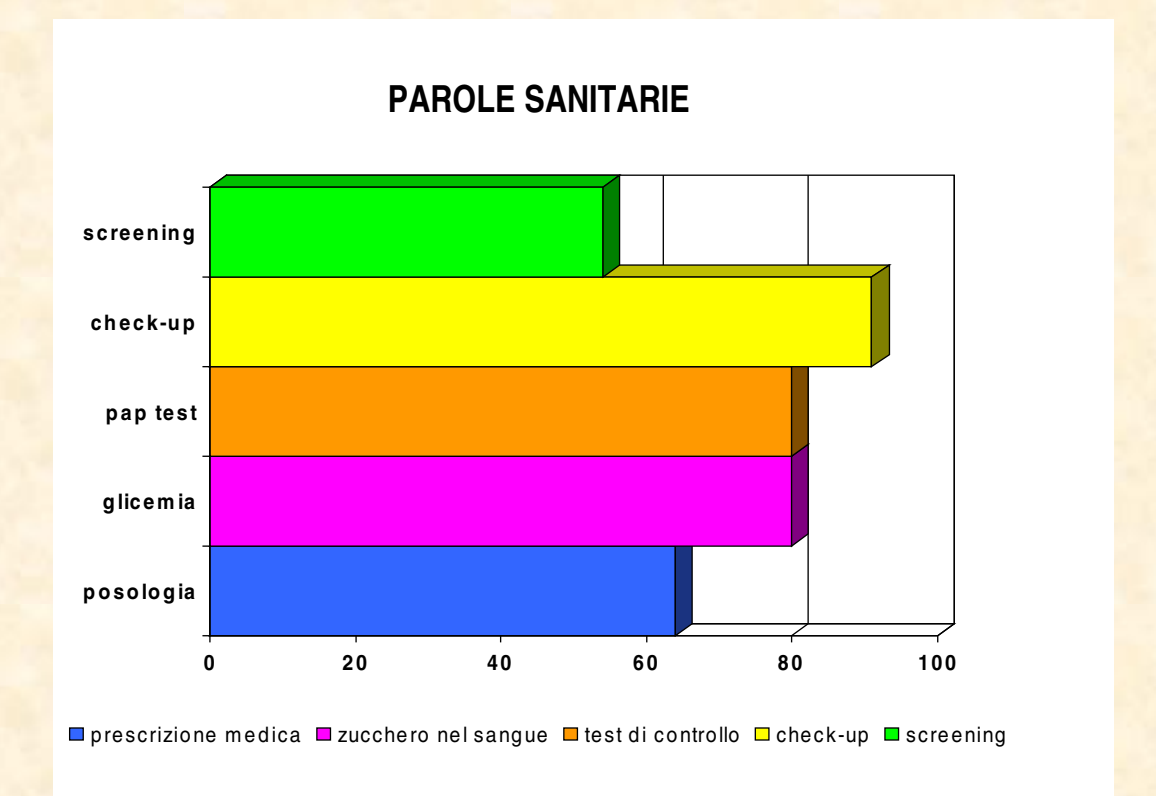
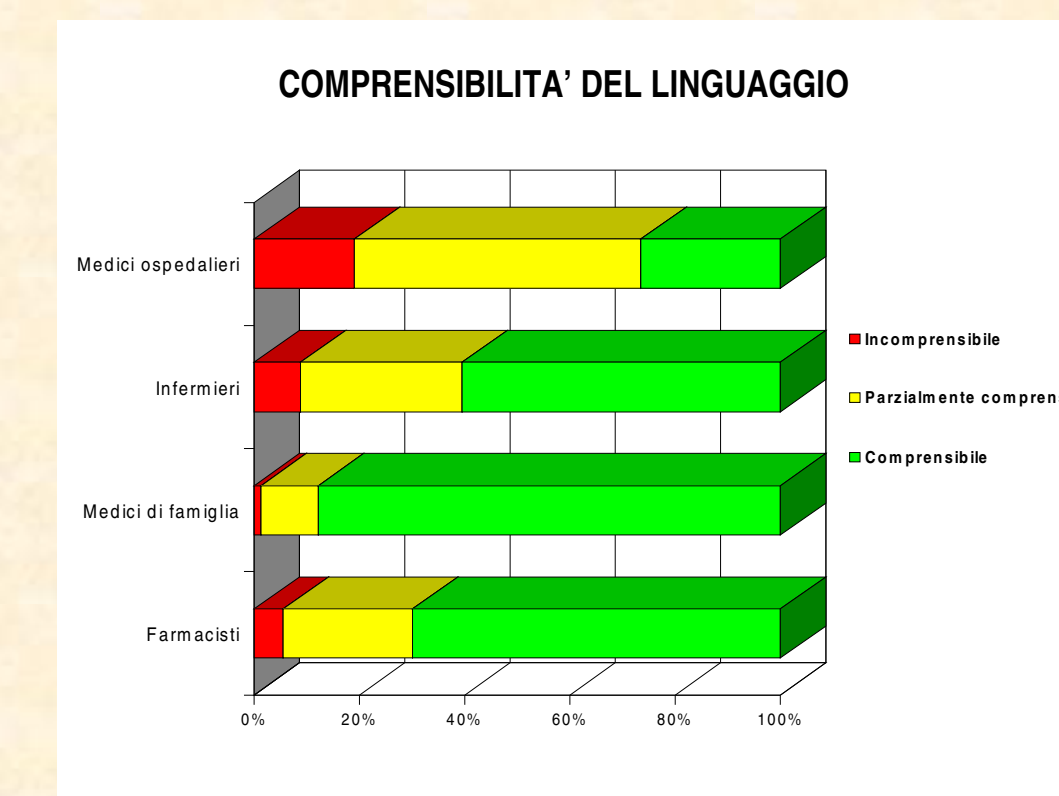
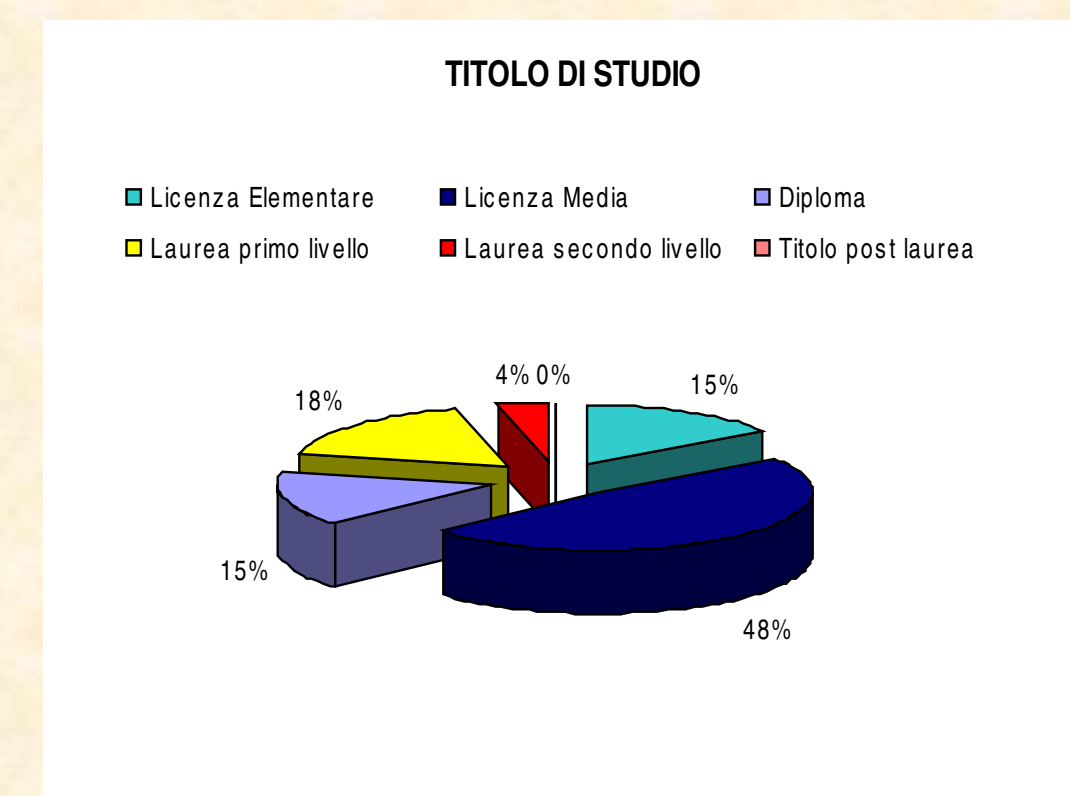
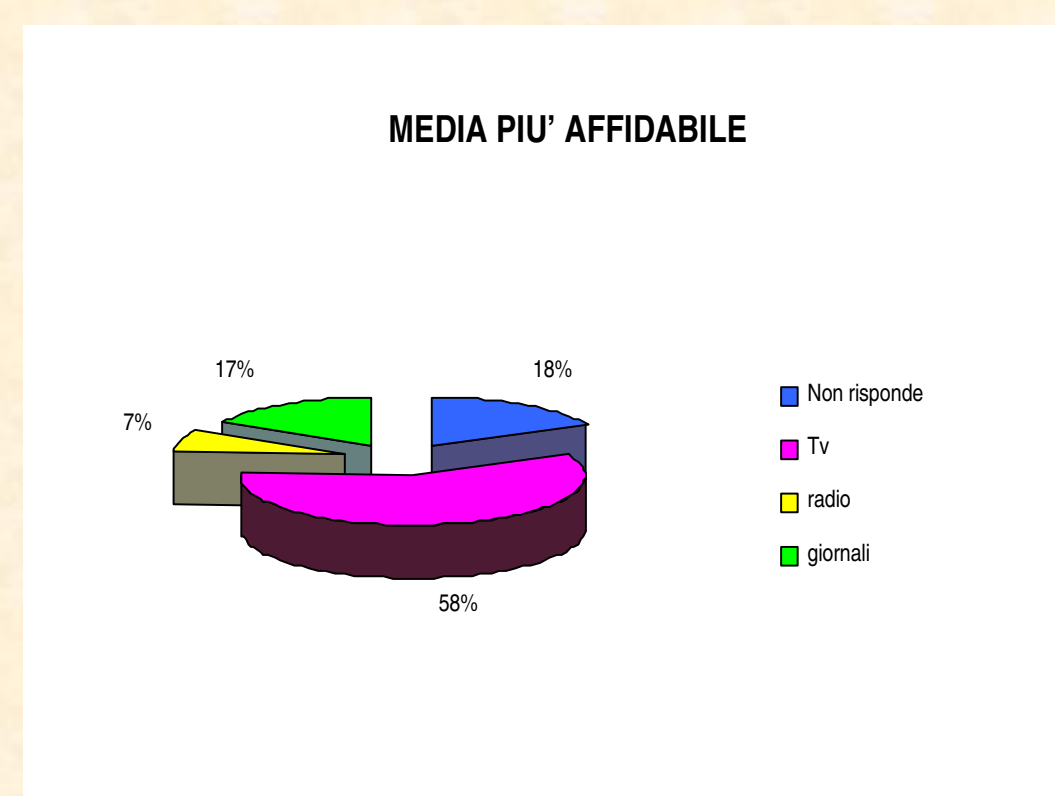
DOMANDE RIVOLTE AGLI UTENTI A.S.L.



DOMANDE RIVOLTE AI PAZIENTI OSPEDALIERI



DOMANDE RIVOLTE ALLA POPOLAZIONE



CONCLUSIONI

I monitoraggi hanno evidenziato una scarsa conoscenza delle parole sanitarie, inoltre esiste una differenza tra i campioni esaminati nelle Aziende Sanitarie, negli ospedali e nella popolazione generale (anziani in particolare). Tuttavia appare necessario rafforzare l'alfabetizzazione sanitaria per incrementare la comprensibilità del linguaggio sanitario.