



UN PROGETTO PER LA COMUNICAZIONE SANITARIA

Calamusa A. +, Carducci A. +

+ Università di Pisa – Osservatorio della Comunicazione Sanitaria



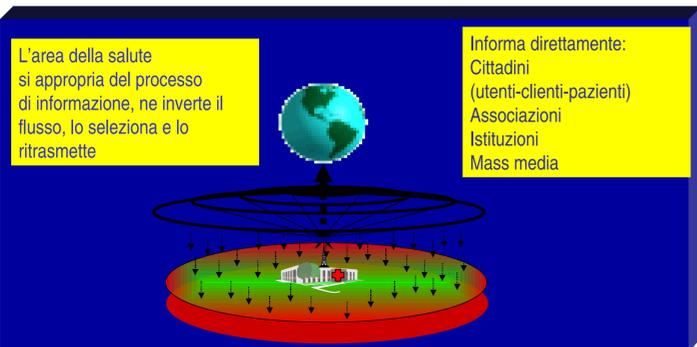
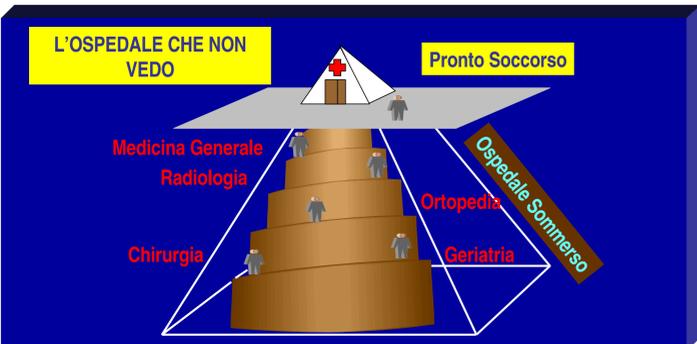
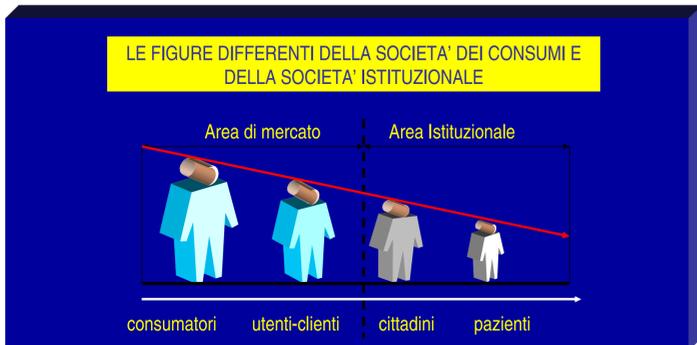
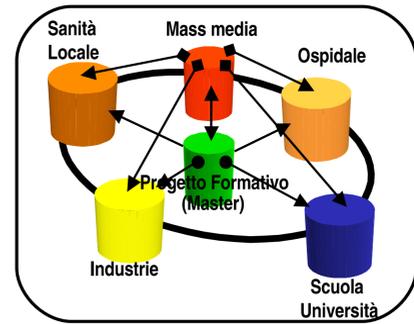
Il concetto attuale di "salute", che vede la partecipazione anche delle istituzioni non sanitarie alla costruzione di ambienti e stili di vita più sani, rende necessaria la creazione di cittadini competenti su questi temi e l'istituzione di intermediari per la comunicazione efficace fra enti diversi 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.



OBIETTIVI GENERALI DEL PROGETTO

Lo scopo di questo progetto si basa sulla comprensione da parte dei partecipanti delle capacità necessarie per la valutazione dei bisogni e delle tecniche di comunicazione e sull'abilità di applicarle in particolari situazioni professionali. Quindi migliorare tutti i livelli della comunicazione sanitaria: dai microcircuiti, all'interno del processo, alle strutture interne.

METODOLOGIA



LA COMUNICAZIONE IN UN'OTTICA INTERDISCIPLINARE: TEORIE E MODELLI

- Elementi di Sociologia per la comunicazione biosanitaria
- Elementi di Psicologia per la comunicazione biosanitaria
- Teorie alla base della comunicazione
- Tecniche e mezzi di comunicazione
- L'informazioni biosanitaria attraverso lettura, interpretazione e presentazione dei dati
- Le applicazioni dell'Informatica per la comunicazione biosanitaria
- Aspetti normativi della comunicazione pubblica

TEMATICHE FONDAMENTALI DELLA COMUNICAZIONE IN SANITÀ

- I bisogni di salute e di comunicazione
- La comunicazione e l'informazione per la gestione dei servizi sanitari
- Problematiche bio-sanitarie di attualità: aspetti rilevanti per la comunicazione

LA COMUNICAZIONE SANITARIA NEI SUOI VARI ASPETTI: ANALISI E VALUTAZIONI

- La comunicazione di massa e le informazioni sulla salute
- Educazione sanitaria: tematiche ed esperienze
- Comunicazione aziendale in ambito sanitario
- Comunicazione di rischi ed emergenze
- La comunicazione medico-paziente: dalla dualità alla molteplicità relazionale
- Biblioteche e centri di documentazione in ambito sanitario
- Strategie di comunicazione nelle pubbliche relazioni del settore no profit

METODOLOGIE E MODELLI NEI VARI AMBITI DELLA COMUNICAZIONE SANITARIA: COSTRUZIONE DI MESSAGGI E STRATEGIE

- Produzione di comunicati stampa e scrittura di articoli su temi sanitari
- Esperienze di costituzione, gestione e conduzione di gruppi
- Costruzione di piani di comunicazione inter ed intra-aziendale
- Lavori di gruppo interdisciplinari per la costruzione di progetti di comunicazione integrata
- Costruzione della testata di laboratorio "La salute comunicata" che raccoglierà gli elaborati degli allievi del Master

TESTATA DI LABORATORIO



QUESTIONARIO SULLA COMPRESIBILITA' DELLA COMUNICAZIONE SANITARIA

