

## Sintesi dell'intervento del dott. Giuseppe Fattori

*Direttore Sistema Comunicazione e Marketing AUSL Modena*

### 1. Il contesto

- 1.1 La conoscenza
- 1.2 I valori
- 1.3 La ricerca

### 2. Presentazione della tavola rotonda "Comunicare la salute: gli strumenti"



---

### 1. Il contesto

Per introdurre la tavola rotonda "Comunicare la salute: gli strumenti", si può partire dall'analisi del contesto all'interno del quale essa viene realizzata.

Il Piano per la Salute ha preso ufficialmente avvio il 29 gennaio 2001, data in cui è stata organizzata una Conferenza Sanitaria Aperta, dal titolo "Nasce il Piano per la Salute".



In tale occasione sono state pubblicamente condivise le linee generali per lo sviluppo del PPS; è stata inoltre rafforzata ed ampliata quella rete di alleanze tra i diversi settori della società, che sta alla base del patto di solidarietà per la salute. Tutto il percorso del PPS, sin dalle sue fasi iniziali, è accompagnato e sostenuto da attività di formazione; esse infatti rappresentano il presupposto affinché i soggetti coinvolti nel patto ed i cittadini siano in grado di partecipare in modo consapevole alle scelte di salute e di contribuire attivamente alla realizzazione del PPS, condividendone valori, obiettivi e strumenti. A tale scopo, uno dei principali strumenti utilizzati per promuovere e realizzare la formazione è costituito dalle giornate di studio e, ad oggi, ne abbiamo realizzate undici.

## 1.1 La conoscenza

In questo percorso di formazione, uno dei primi temi che abbiamo approfondito è stato l'analisi dello stato di salute della nostra collettività: per garantire un'efficace pianificazione degli interventi di promozione della salute, bisogna conoscere il contesto - ambientale, socioeconomico, relativo agli stili di vita ed all'utilizzo dei servizi - in cui si opera. Per questo motivo, alla giornata di studio, "Il Profilo di Salute della provincia di Modena: valutazioni e approfondimenti" (Modena, 5 settembre 2001) abbiamo invitato i tecnici, gli epidemiologi (la dott.ssa Buiatti, il dott. Biocca, il prof. Liberati), per analizzare quali strumenti abbiamo a disposizione per "fare un ritratto" dello stato di salute della popolazione.



## 1.2 I valori

Successivamente abbiamo iniziato ad approfondire il tema dell'ascolto dei cittadini, per mediare ed integrare i dati statistici sul contesto con le loro percezioni di salute, nonché i valori del **coinvolgimento**, della **partecipazione** della popolazione e dell'**empowerment**, inteso come sviluppo di abilità e capacità da parte dei cittadini per esercitare un ruolo attivo nelle scelte di salute. A tale scopo, alla giornata di studio "Dall'ascolto alla partecipazione: il laboratorio del cittadino competente" (Modena, 26 ottobre 2001), tra i relatori abbiamo invitato:

- il sig. Francesco Gesualdi, allievo della scuola di Don Milani, che ha ricordato come il linguaggio sia la prima causa delle diseguaglianze sociali; riprendendo infatti le parole di Don Milani "è la parola che fa diversi gli uomini e che fa poveri i poveri";
- il prof. Sergio Tanzarella, teologo, che ha sostenuto l'importanza del rispetto del principio dell'equità e dei diritti fondamentali dei cittadini nella promozione della salute;
- la sig.ra Fernanda Rotteglia del Comitato Consultivo Misto di Sassuolo, che ha parlato del Laboratorio del Cittadino Competente, una qualificata esperienza di ascolto, formazione e partecipazione dei cittadini, realizzata dai Comitati Consultivi Misti e dal CeVEAS;
- il prof. Franco Berrino dell'Istituto Tumori di Milano, che ha analizzato come promuovere lo sviluppo da parte dei cittadini di capacità critiche per distinguere le informazioni della salute.

Nell'analisi dei valori, abbiamo dunque iniziato a focalizzare l'attenzione sul tema dell'**asimmetria informativa** tra operatori sanitari e cittadini, nonché sulle **diseguaglianze socioeconomiche** di salute, per cui chi appartiene ad una fascia socioeconomica più bassa, è più povero e meno istruito, ha uno stato di salute peggiore. Si tratta di temi centrali nella promozione della salute.



### 1.3 La ricerca

Se la principale finalità di una politica per la salute è favorire l'adozione di comportamenti sani, bisogna porsi alcuni interrogativi: è sufficiente la comunicazione del rischio (es. sapere cosa alimentarsi in modo equilibrato) per promuovere stili di vita salutari, oppure entrano in gioco anche altri fattori? Quali conoscenze e tecniche servono per intervenire in questi settori? Abbiamo quindi iniziato ad approfondire i temi della comunicazione per la salute e della promozione di sani stili di vita, tramite la realizzazione di due giornate di studio nell'ambito di COM-P.A., il Salone della comunicazione pubblica e dei servizi al cittadino: "Il marketing per la salute" (Bologna 18 settembre 2002) e "Il marketing per la salute: i valori, le tecniche, il piano" (Bologna, 18 settembre 2003). Tra i vari relatori, hanno partecipato: la prof.ssa Pina Lalli della Facoltà di Scienze della Comunicazione; il dott. Vittorio Curzel, Direttore del progetto comunicazione per la salute della Provincia Autonoma di Trento; la dott.ssa Erika Mallarini dell'Università Bocconi - SDA di Milano.



Questo è il percorso che abbiamo seguito finora. Su questi temi sono comparsi per la prima volta alcuni concetti, mutuati anche dal marketing sociale; ci siamo cioè chiesti se le tecniche del marketing sociale possono essere di qualche utilità per promuovere l'adozione di sani stili di vita, integrando e potenziando i risultati conseguiti dalle tradizionali campagne di comunicazione e dalle attività di educazione alla salute. Uno dei concetti così emersi è il *marketing mix*, costituito dalla combinazione di quattro elementi: il "prodotto" (*product*), inteso come idee, valori, comportamenti sani da promuovere; il "prezzo" (*price*), comprendente, oltre ai costi economici, quelli percepiti dai destinatari per modificare il loro stile di vita; i canali di distribuzione (*place*); la comunicazione (*promotion*). In questo ambito, quindi, la comunicazione va oltre la comunicazione del rischio e, integrandosi con gli altri elementi del marketing mix, assume un ruolo strategico per favorire sani stili di vita; è infatti, attraverso la comunicazione che si forniscono le conoscenze e le motivazioni necessarie per orientare i cittadini verso l'adozione di comportamenti salutari e per renderli in grado di compiere scelte consapevoli. La tavola rotonda "Comunicare la salute: gli strumenti" è dedicata proprio allo studio degli strumenti di comunicazione per la salute utili per raggiungere questi obiettivi.



## 2. Presentazione della tavola rotonda "Comunicare la salute: gli strumenti"

Quando si parla di strumenti della comunicazione, il primo elemento di cui tenere conto è relativo all'organizzazione in cui essa viene realizzata. A questo proposito, l'intervento del dott. Roberto Rubbiani, Direttore Generale dell'Azienda USL di Modena, illustrerà le tecnologie, i modelli organizzativi e le risorse con cui viene promossa la comunicazione nell'Azienda USL.

Un altro tema strategico è il profilo professionale del comunicatore pubblico; quindi, abbiamo invitato il dott. Alessandro Rovinetti per chiarire chi è il comunicatore pubblico e

qual è lo stato di attuazione della legge nazionale 150/2000.

Una volta definito il profilo professionale del comunicatore pubblico, bisogna occuparsi della sua formazione. La relazione del dott. Roberto Ragazzi illustrerà il progetto di formazione in linea con la legge 150/2000, portato avanti dalla Regione Emilia-Romagna, tramite l'Assessorato alla Sanità e rivolto a tutti gli operatori che si occupano di comunicazione in campo sanitario.

Successivamente il dott. Vittorio Curzel approfondirà il tema relativo all'utilizzo coordinato, integrato e sinergico dei diversi strumenti di comunicazione.

Verrà quindi proiettato un video realizzato dal giornalista Luca Pagliani e relativo ad uno spettacolo teatrale di testimonianze "Urban Tribe". A metà tra la rappresentazione teatrale ed il talk show, lo spettacolo non ha lo scopo di esprimere dei giudizi, ma soltanto di sollevare dei problemi, di stimolare riflessioni e di sensibilizzare su alcune problematiche di salute, portando sul palco dei testimonials, in questo caso Gabriele, un ragazzo rimasto paraplegico a causa di un incidente stradale. Il video permetterà di sviluppare alcune considerazioni su quali tecniche utilizzare per promuovere la salute, come per esempio, se è più efficace la comunicazione emotiva o quella razionale.

La dott.ssa Maria Monica Daghio, che affronterà il tema di come comunicare insieme ai cittadini, illustrerà l'esperienza del Laboratorio del Cittadino Competente, una metodologia che mette al centro i cittadini. Nel Laboratorio, sono infatti gli stessi cittadini a produrre materiali informativi per i cittadini sui temi della salute, in grado di garantire la semplicità del linguaggio e la scientificità dei contenuti.

L'impiego di altri strumenti di comunicazione, quali la rivista aziendale ed il sito web verranno approfonditi rispettivamente dal dott. Pietro Dri dell'Agenzia Zadig e dal dott. Stefano Aurighi che mostrerà in particolare l'esperienza del sito StradaNove del Comune di Modena, finalizzato a fornire informazione e servizi al pubblico giovanile.

Concluderà i lavori il dott. Giuseppe Vaccari a nome della Conferenza Sanitaria Territoriale.