

LA COMUNICAZIONE PER LA SALUTE

L'integrazione per la prevenzione e la promozione della salute

Dott. Giuseppe Fattori

Direttore Sistema Comunicazione e Marketing – Azienda USL di Modena
Coordinatore “Commissione Sanità e Salute” – Associazione Italiana Comunicazione Pubblica

Contesto normativo

Il recente avvio del Programma “Guadagnare salute”, del Piano Nazionale della Prevenzione e dei relativi Piani Regionali offre nuovi ed interessanti spunti di riflessione sul ruolo della comunicazione pubblica per la prevenzione e la promozione della salute, a fianco delle altre consolidate strategie d'intervento, tra cui in particolare l'educazione alla salute. Il Piano Sanitario Nazionale 2006-2008, infatti, sostiene che un'appropriata comunicazione è “strumento necessario e determinante” per il conseguimento di “risultati positivi in queste aree di attività”; il Piano Sociale e Sanitario 2008-2010 della Regione Emilia-Romagna afferma che “la comunicazione per la salute è un elemento decisivo nel governo delle attività assistenziali”.

Comunicare la salute: valori, organizzazione e strumenti

La comunicazione per la salute nasce da un processo di costruzione sociale della salute in cui i diversi attori della società (Enti Locali, Aziende Sanitarie, Istituzioni, Terzo Settore, Mondo produttivo e cittadini) interagiscono tra loro – si “mettono in rete” – per la condivisione di valori e obiettivi, presupposto indispensabile per un'informazione corretta, trasparente ed efficace.

Dal punto di vista operativo la comunicazione per la salute necessita di un'organizzazione appropriata. Nel caso di un'Azienda Sanitaria (figura 1) essa si articola principalmente in: un sistema comunicazione con compito di indirizzo e coordinamento; investimento in risorse; formazione del personale; verifiche delle attività. L'Azienda deve poi dotarsi di diversi strumenti di comunicazione, da utilizzare in modo mirato in base alle specifiche esigenze/opportunità.

Figura 1 – Il processo di sviluppo della comunicazione per la salute in un'Azienda Sanitaria



La ricerca

L'Associazione Italiana Comunicazione Pubblica ha istituito la “Commissione Sanità e Salute”, nel cui ambito la Sezione Salute ha attivato cinque temi di studio:

1. I modelli organizzativi
2. L'impatto delle disuguaglianze socioeconomiche sulla salute e il ruolo della comunicazione
3. La valutazione della comunicazione
4. La comunicazione della responsabilità sociale (il bilancio di missione)
5. Le buone pratiche

Gli ambiti dell'integrazione per la prevenzione e la promozione della salute

- ❖ L'integrazione tra strategie (es, educazione alla salute, alfabetizzazione, comunicazione).
- ❖ L'integrazione tra discipline e professionalità.
- ❖ L'integrazione tra settori (es. ambiente, sociale, sanità ...).

The screenshot shows the website's layout. At the top, there's a banner with the title "Marketing sociale e comunicazione per la salute" and the MKTS logo. Below the banner is a navigation menu with links: Home, Chi siamo, Iscrizione alla Newsletter, Archivio Newsletter, Aree tematiche, Link. The main content area is divided into three columns. The left column has a sidebar with "Area di ricerca Associazione Comunicazione Pubblica" and three buttons: "Marketing sociale", "Comunicare la salute", and "Documento di indirizzo sulla comunicazione pubblica in sanità". The middle column features a "Newsletter" section with four articles: "Quando l'informazione sfuma nella marchetta e la salute nell'interesse", "La comunicazione per la salute incontra Youtube", "Società e medicalizzazione", and "Filosofia della prevenzione (e della comunicazione)". The right column lists events: "Corso IREF - Lombardia", "Corso Villa Umbra", "Seminario DoRS", and "Laboratorio UNIBO". At the bottom, there are logos for DoRS, Partecipasalute, and partecipa.net.

L'iscrizione all'Area di ricerca consente di ricevere newsletter, suggerimenti bibliografici e aggiornamenti sulle attività

- del Coordinamento Nazionale Marketing Sociale
- della Sezione Salute della "Commissione Sanità e Salute" attivati dall'Associazione Italiana Comunicazione Pubblica.

Aderendo si offre la propria disponibilità a segnalare e condividere, appuntamenti, suggerimenti per l'approfondimento, materiali ed esperienze di comunicazione e marketing sociale per la promozione della salute.

Segnalazioni di articoli, progetti o altro materiale vanno inviate all'indirizzo e-mail: fattori@marketingsociale.net.

L'iscrizione può essere fatta on-line