

Comunicazione, salute e salute *percepita*. Come accorciare le distanze

Prof. Mario Morcellini

DIPARTIMENTO DI
COMUNICAZIONE E
RICERCA SOCIALE



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Nodi tematici

1. Incipit
2. I tempo degli antichi
3. Salute, modernità e «società degli individui»
4. Perché più disagio
5. Una complessità in *crescendo*
6. La gestione privata/pubblica della salute
7. Il nesso salute-comunicazione per i moderni
8. Health literacy: competenza e alfabetizzazione
9. Una radicale differenza nelle aspettative di informazione
10. Come allagare le professionalità e i saperi

1. Incipit

Qual è – al di là della retorica – il ruolo che la comunicazione gioca nei confronti di tutto ciò che chiamiamo comportamenti salutari?

C'è davvero un ruolo che la comunicazione può occupare in quel progetto caratteristico dei tempi moderni che consiste nello scatto culturale dalla malattia alla prevenzione?



2. Al tempo degli antichi

Nei moderni, la problematica benessere/malattia/cura ha assunto un peso ben più incidente rispetto al passato:

- limitate conoscenze scientifiche (e dunque *più ridotte capacità di previsione*)

-meno aspettative e bisogni sul piano delle cure (e nessuna problematica di prevenzione)

- più articolata capacità di controllo e "protezione" della famiglia (nella gestione della quotidianità e delle cure)



3. Salute, modernità e « società degli individui »

Il modello dominante di società è caratterizzato da:

- ridefinizione della salute come obiettivo personale centrale nella vita e diritto di cittadinanza (Kickbusch 2005)
- una crescente aspettativa di vita e salute
- sistemi di assistenza sanitaria e di salute in espansione globale e di qualità
- mercato privato della salute in rapida crescita
- affermazione della salute come tema dominante nel discorso politico e sociale 8prontamente registrato dai media

4. Perché più disagio

È impossibile non notare che una rilevante parte del disagio e della infelicità dei moderni si incentri proprio sulla presa d'atto che *abbiamo compromesso una relazione positiva con l'ambiente naturale*, inferto colpi a un equilibrio che doveva funzionare da piattaforma di stabilizzazione del destino e da risorsa capace di antagonizzare le paure.



5. Una complessità in *crescendo*

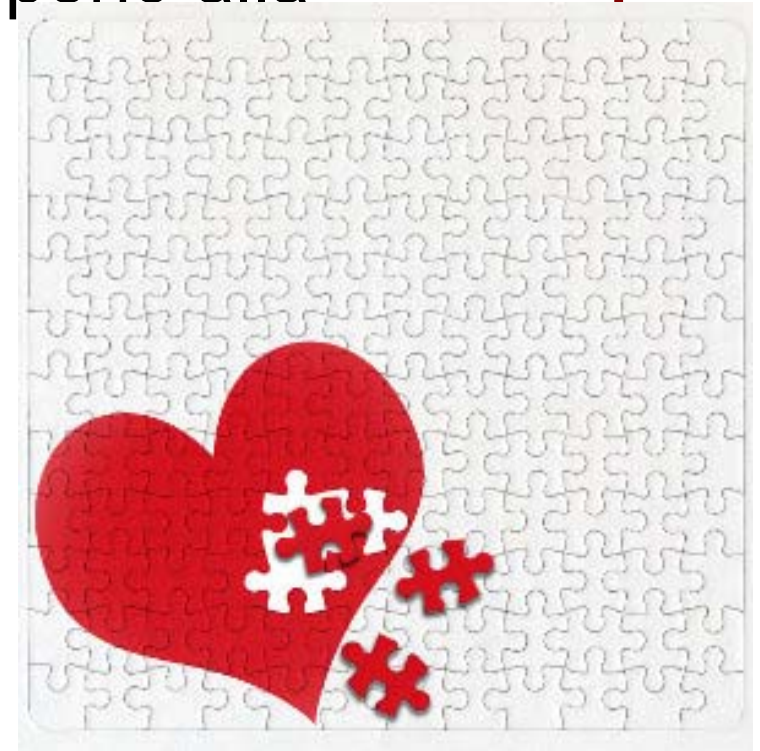
La società della salute espone l'individuo ad un *diluvio di informazioni* su temi, premesse, rischi e pericoli della salute

L'accesso alle informazioni(o il loro eccesso) favorisce la *scelta*, ma non esclude l'aumento di ansia e compromette il binomio scelta=responsabilità

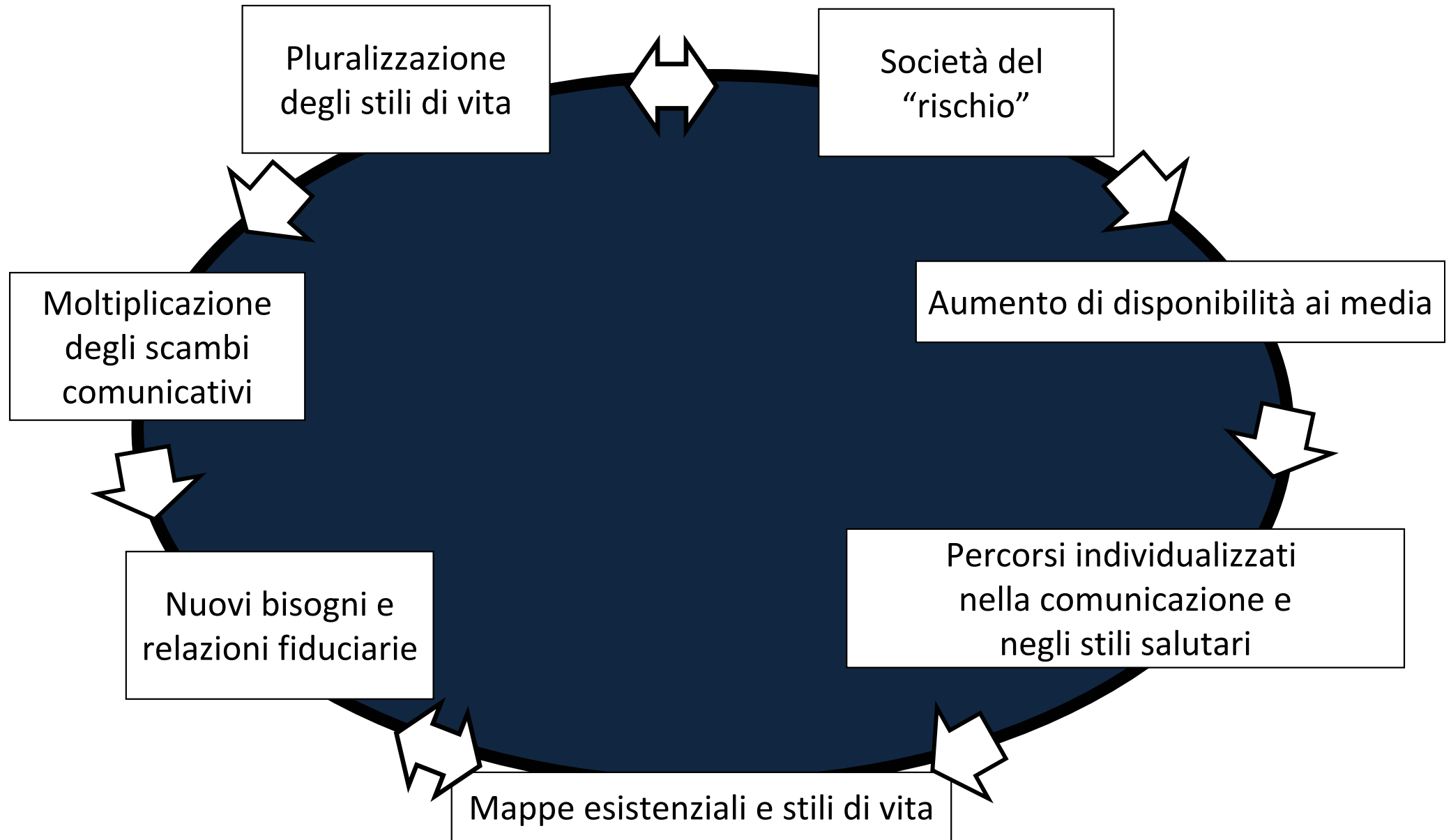
In relazione alla salute, *riflessività* significa individualizzazione e personalizzazione al tempo stesso

6. La gestione privata /pubblica della salute

La salute è una risorsa che l'attore sociale, di norma (e soprattutto in passato), non sottopone alla "crudeltà" dell'informazione mediale, ma la condivide tra le mura (peraltro sempre più sottili) delle relazioni personali e familiari, all'interno di un processo che fa della dialettica *fiducia vs. rischio* una sfida della società contemporanea



7. Il nesso salute-comunicazione per i moderni: *Una mappa delle interazioni*



7a. Salute e comunicazione dal punto di vista delle ricerche.

Le fonti dell'informazione (1998, 2003, 2006)

	1998	2003	2006
Medico di medicina generale	53,4	71,6	65,8
Rubriche Rai-TV nazionale	27,8	22,8	43,2
Giornali e riviste (1)	17,0	30,5	35,2
Familiari, parenti, amici, vicini, colleghi di lavoro	23,1	32,9	21,7
Internet (2)	-	2,8	13,1
Pubblicazioni specializzate	17,0	8,9	11,1
Rubriche TV satellitare (3)	-	1,5	9,0
Farmacista	6,5	8,1	7,6
Altro	-	3,3	1,3

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

(1) Nel questionario del 1998 l'item originale era "Quotidiani con inserti salute"

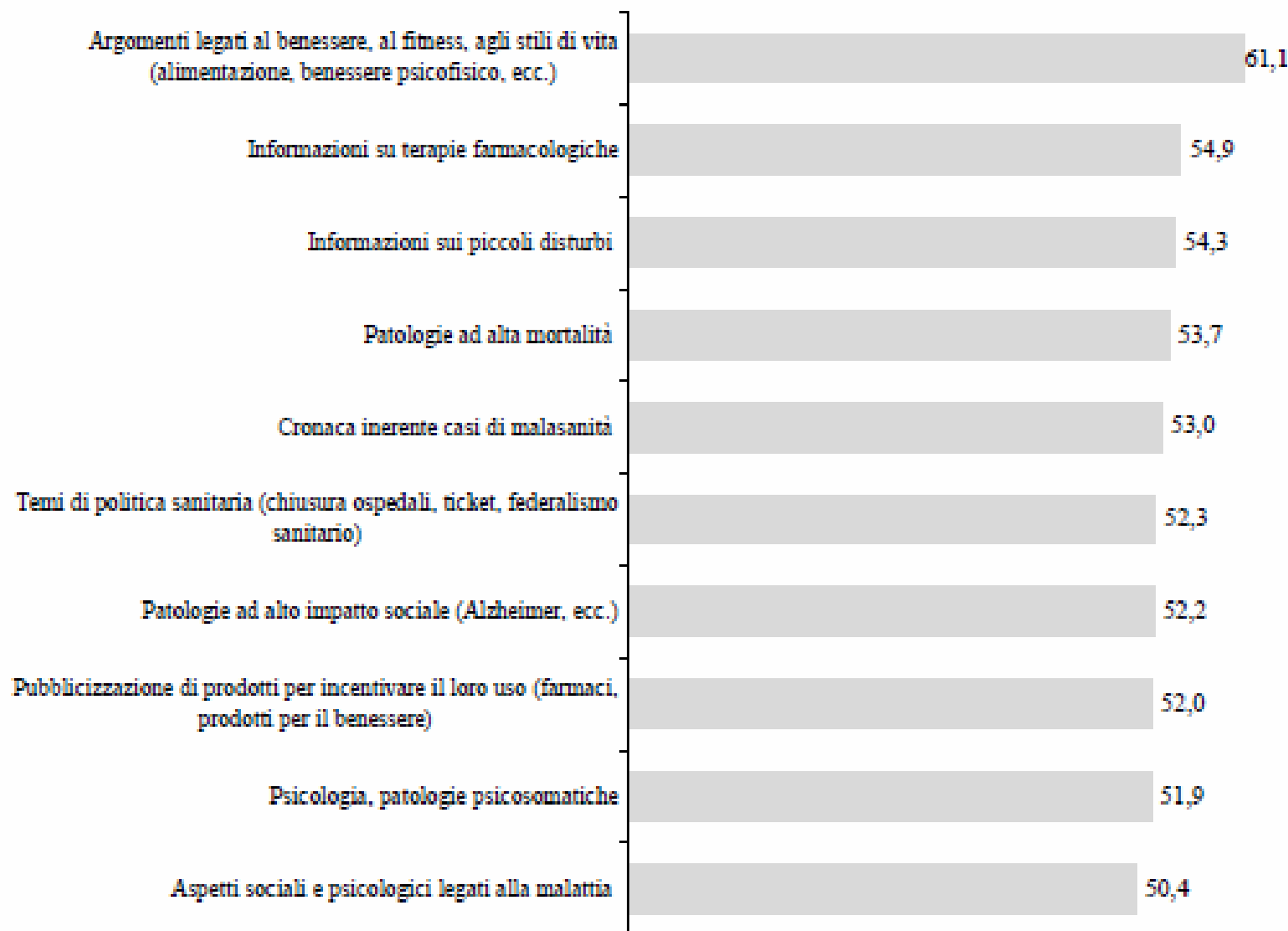
(2) Il questionario del 1998 non prevedeva l'item relativo a internet

(3) Il questionario del 1998 non prevedeva la distinzione tra Tv nazionale e Tv satellitare (all'epoca una realtà poco significativa)

Fonte: indagine FBM-Censis, 2006

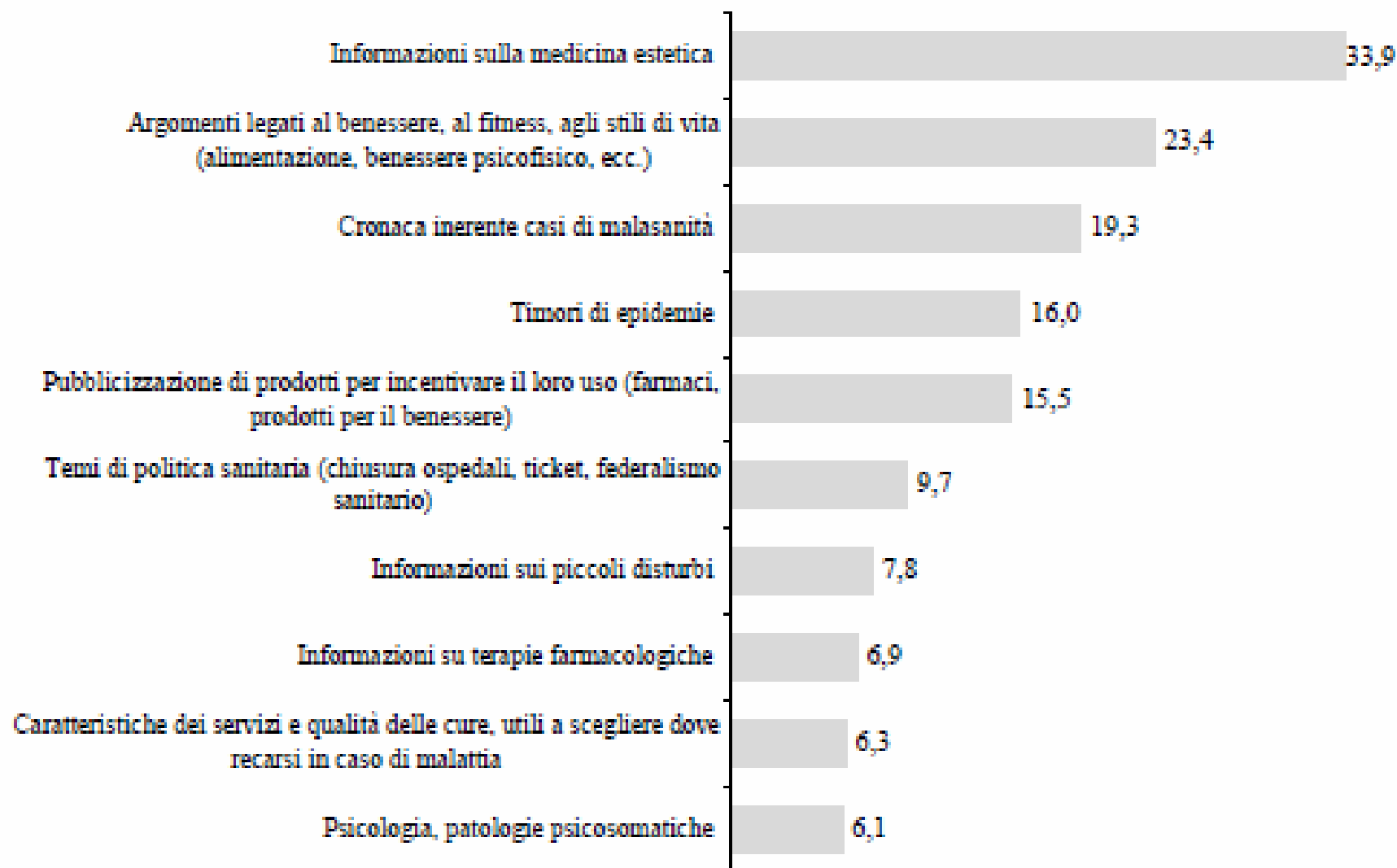
7b

I dieci argomenti dell'area salute che gli italiani reputano sufficientemente presenti (val. %)



7c

I dieci argomenti dell'area salute che gli italiani reputano troppo presenti (val. %)



8. *Health literacy*. competenza e alfabetizzazione

Il termine *health literacy* è stato usato per la prima volta nel 1974 (Simonds), in un contesto di educazione sanitaria nelle scuole

La letteratura scientifica ha dimostrato come la mancata comprensione della prescrizione terapeutica, e/o del linguaggio dei professionisti della salute, ponga la persona in uno stato di *aumentata soggezione* che *acuisce il bisogno* senza che le sia offerta la possibilità di esprimerlo

8a. Pro e contro l'alfabetizzazione sanitaria

Pro

- Condurre stili di vita più sani;
- utilizzare al meglio i servizi sanitari;
- svolgere un ruolo attivo nei processi decisionali che hanno un impatto sulla salute;
- determinare vantaggi economici per il sistema sanitario

Contro

- tasso più alto di prestazioni sanitarie non appropriate;
- tasso più elevato di ospedalizzazione;
- minor capacità di riferire/riconoscere il proprio stato di salute

9. Una radicale differenza nelle aspettative di informazione

Bisogna distinguere tra:

un soggetto sano che ricerca informazioni sulla salute, per il quale la comunicazione va dall'intrattenimento alla possibilità di accrescere le sue competenze;

una persona che vive, direttamente o attraverso i propri cari, la sofferenza della patologia e che dunque ricerca le informazioni nei media per rispondere a bisogni specifici e comunque secondo una logica emergenziale



9a. Come antagonizzare le tossine dell'informazione sulla salute

La radice della fortuna dei media è la loro capacità di far compagnia alle persone, e soprattutto sostenerle nei tempi del cambiamento.

Progressivamente, però, cominciano a emergere tutti i limiti del palcoscenico mediale e della caratteristica e progressiva indulgenza alla spettacolarizzazione e alla semplificazione in cui consiste la malattia più insidiosa dei media generalisti.

9a

Questa è una società in cui solo ciò che è *eccezionale* fa notizia

Il nostro sistema informativo non impara quasi nulla dalle emergenze e dagli errori



Essi *spostano gli uomini verso la modernità, ma non li aiutano a interpretarla*, aumentando dunque lo stress e il giacimento di insoddisfazione.

9b.

Una prima tipologia del rischio di disinformazione



9c. Le criticità della comunicazione sulla salute

Le inefficienze della comunicazione:

aumentano il **livello di ansia**
e al tempo stesso i tentativi per ridurla

incrementano il **bisogno «tattico»
di sicurezza** e di protezione per sé
e i propri cari

favoriscono la **scelta di fonti
e soluzioni alternative** (spesso non
mediate o verificabili, fino al rischio del *fai da te*)



9d

Gli effetti perversi dell'eccesso di informazioni

Eccessi dell'individualismo

Moltiplicazione di casi in cui soggetti e pazienti giudicano prestazioni e cure al di fuori di qualunque parametro e/o competenza di giudizio

Babele comunicativa

Exploit degli effetti perversi: aumento dell'opacità al tempo della domanda radicale di trasparenza

Medicina difensiva

Moltiplicazione di casi in cui i medici condizionano il loro comportamento per il timore di controversie e derive giudiziarie

9°e. Un elenco di attese di qualità dell'informazione

1. Informazione più attenta ai temi più che all'impatto
2. Informazione più puntuale nella verifica dei dati e delle fonti
3. Informazione più trasparente nell'esibizione di dati e fonti
4. Informazione più coerente nel tempo (tematizzazione)



9°e

5. Informazione più firmata

6. Professionalità più sensibili, competenti e disponibili alla verifica pubblica

7. Aumento di capacità e pertinenza dell'informazione specializzata

10. Come allargare le professionalità e i saperi

1. Uno dei compiti è affrontare le radici della **malattia percepita** (con conseguenze reali più incisive di una malattia reale)
2. Tutto cambia e diventa ingovernabile per colpa del male: è necessario intervenire sulla carattere **anomico della Patologia**

10.

La comunicazione diventa una *gigantesca voce*, nuvola simbolica in cui è impossibile orientarsi, mentre aspettative e insicurezze dei cittadini avrebbero bisogno di un'informazione tarata sul tempo dell'insicurezza.

Un'informazione competente si configura oggi come nuovo diritto di cittadinanza, capace di far apparire che *la salute è una costruzione comunicativa*



ALCUNI INDICATORI DI SODDISFAZIONE/INSODDISFAZIONE

L' importanza di alcune aree di interesse e attività

Interessi/attività personali	Valori percentuali		
	Massima importanza	Minima importanza	Nessuna importanza
Informarsi	80,7	4,0	0,8
Approfondire	69,0	8,6	3,2
Interesse per la musica	46,5	22,8	8,4
Relazionarsi	45,3	23,1	12,3
Servizi utili	41,3	25,4	11,2
Intrattenimento	41,3	25,1	4,7
Orientarsi per gli acquisti	20,6	36,2	25,0

Nota: Il grado di importanza è stato assegnato sulla base di una scala che procede da 0 (nessuna importanza) a 5 (valore massimo), I valori percentuali indicano quante persone hanno espresso una valutazione uguale a 0, quante a 1-2 e quante a 4-5 punti della scala,

Fonte: Censis 2006

I media come relazione

Media	% di utilizzo	Grado di soddisfazione (val, %)	
		Massimo	Minimo
Televisione	60,7	49,5	26,5
Radio	38,8	61,9	17,0
Cellulare	31,2	64,5	12,9
Internet	22,0	62,1	13,7
Quotidiani	16,3	47,8	19,5
Libri	15,1	66,7	11,4
Settimanali	11,1	49,4	26,0
Mensili	6,8	53,2	27,7
Tv Satellitari	5,0	40,0	14,3
Teletext	4,5	35,5	41,9
Mp3	3,2	31,8	54,5
Videofonino	2,7	21,1	52,6

I media come informazione

Media	% di utilizzo	Grado di soddisfazione (val, %)	
		Massimo	Minimo
Televisione	90,0	42,2	22,3
Quotidiani	55,9	54,4	17,6
Radio	46,7	53,0	20,2
Teletext	29,1	47,7	27,5
Internet	29,0	75,5	13,6
Libri	28,2	64,4	20,1
Settimanali	27,2	45,5	28,4
Mensili	17,7	49,7	28,0
Tv Satellitare	8,9	53,4	20,5
Cellulare	6,6	21,5	52,3
Videofonino	1,3	23,1	61,5

Nota: Il grado di soddisfazione è stato assegnato sulla base di una scala da 1 (minima soddisfazione) a 5 (massima soddisfazione), I valori percentuali indicano quante persone hanno espresso una valutazione 1-2 (minima soddisfazione) e 4-5 (massima soddisfazione),

Fonte: Censis 2006

Fonte: CENSIS 2006

I media come approfondimento

Media	% di utilizzo	Grado di soddisfazione (val, %)	
		Massimo	Minimo
Televisione	73,0	48,2	20,8
Quotidiani	43,1	51,6	15,1
Libri	35,8	72,1	13,3
Internet	31,9	75,9	9,9
Radio	28,0	51,9	20,5
Settimanali	23,3	47,9	27,4
Mensili	17,4	51,3	26,9
Teletext	14,2	45,0	31,3
Tv Satellitare	7,5	56,5	15,9
Cellulare	3,3	10,0	63,3
Videofonino	1,1	-	80,0

Nota: Il grado di soddisfazione è stato assegnato sulla base di una scala da 1 (minima soddisfazione) a 5 (massima soddisfazione), I valori percentuali indicano quante persone hanno espresso una valutazione 1-2 (minima soddisfazione) e 4-5 (massima soddisfazione),

Fonte: Censis 2006

Fonte: CENSIS 2006

I media come intrattenimento

Media	% di utilizzo	Grado di soddisfazione (val, %)	
		Massimo	Minimo
Televisione	82,9	46,0	24,6
Radio	45,9	63,3	13,9
Libri	34,3	75,8	11,5
Quotidiani	27,1	48,0	23,2
Settimanali	19,8	46,8	28,0
Internet	19,7	68,6	16,2
Mensili	13,2	54,8	25,8
Tv Satellitare	11,2	59,0	17,1
Cellulare	6,7	46,0	27,0
Teletext	4,9	41,3	45,7
Mp3	4,8	75,6	20,0
Videofonino	1,8	17,6	58,8

Nota: Il grado di soddisfazione è stato assegnato sulla base di una scala da 1 (minima soddisfazione) a 5 (massima soddisfazione), I valori percentuali indicano quante persone hanno espresso una valutazione 1-2 (minima soddisfazione) e 4-5 (massima soddisfazione),

Fonte: Censis 2006

Fonte: CENSIS 2006

I media come accesso ai servizi

Media	% di utilizzo	Grado di soddisfazione (val, %)	
		Massimo	Minimo
Televisione	64,1	43,4	27,5
Internet	35,8	78,1	8,8
Teletext	29,9	53,7	18,8
Quotidiani	27,3	51,7	22,0
Radio	27,2	49,0	22,6
Settimanali	12,0	45,7	38,0
Libri	9,7	50,0	25,7
Mensili	8,6	45,5	30,3
Cellulare	7,0	31,5	51,9
Tv Satellitare	5,2	45,0	25,0
Videofonino	2,2	29,4	58,8

Nota: il grado di soddisfazione è stato assegnato sulla base di una scala da 1 (minima soddisfazione) a 5 (massima soddisfazione), I valori percentuali indicano quante persone hanno espresso una valutazione 1-2 (minima soddisfazione) e 4-5 (massima soddisfazione),

Fonte: Censis 2006

Grazie per l'attenzione

mario.morcellini@uniroma1.it