

INTRODUZIONE

Fermatevi a pensare per un attimo. Se riflettete sulla settimana appena trascorsa, dove avete sentito parlare di salute? Dal marito (magari a casa con l'influenza), dal medico che vi ha prescritto quell'antibiotico, da un presentatore simpatico che ha spiegato – veramente bene – cos'è una mammografia. E poi ancora dalla collega, quando vi ha suggerito quel sonnifero che non ha effetti collaterali, ma vi fa dormire liberi dallo stress. E che cosa dire di Internet? Ormai ci si trova di tutto, inclusa la cura per quel fastidioso mal di testa che sembrava non passarvi mai. Ah, anche il Dr. House, nell'ultima puntata, vi ha insegnato a fare la diagnosi di una malattia rara...

Sono tanti gli attori che operano nel contesto della nostra salute. Questo libro si propone di analizzare le fonti da cui riceviamo informazioni inerenti alla salute, sottolineando quelle teorie che spiegano come l'informazione si diffonde e che ne valutano la qualità, nonché la progettualità qualora si tratti di comunicare in modo strategico (attraverso, per esempio, un intervento di prevenzione).

I primi capitoli affrontano il tema della comunicazione interpersonale. La tradizionale interazione tra medico e paziente ha subito, negli ultimi decenni, profondi cambiamenti strutturali (Capitolo 1). Il medico di oggi si trova di fronte un paziente spesso competente, dialogico e, a volte, antagonista. L'argomentazione (Capitolo 2), in quanto processo dialogico che mira al raggiungimento di un consenso ragionato tra due interlocutori, diviene uno strumento di comunicazione tra medico e paziente. Ma quando l'argomentazione diventa un tentativo più o meno evidente di persuasione (Capitolo 3), l'applicarla nel contesto sanitario, magari per incentivare la vendita di un farmaco, può avere effetti collaterali, per esempio

l'assunzione ingiustificata di un farmaco (che non è mai una caramella). Si tratta, qui, di essere consapevoli dei rischi di determinati acquisti e, più in generale, delle decisioni che prendiamo riguardo la nostra salute. Ma, come spieghiamo nel Capitolo 4, comprendere i rischi non è proprio una passeggiata, soprattutto perché il comunicarli è ancora più difficile.

Oggi giorno le persone si sentono informate. Il Capitolo 5 illustra da dove deriva questa informazione e come essa può tradursi in cultura della salute. Non ci stupiremmo, però, se a breve si creasse una nuova malattia nota come la "info-mania" – uno stato di stress dovuto a un accumulo di informazioni che, spesso, non si cercano più ma, letteralmente, piombano dai vari canali mediatici, Internet in primis. Vero è, però, che l'informazione sanitaria mediata dalle nuove tecnologie – e, qui, entriamo nel campo della *eHealth* discusso nel Capitolo 6 – ha un grande potenziale, così come gli strumenti tecnologici oggi in commercio per la comunicazione sanitaria. Le tecnologie hanno permesso il sorgere di nuove forme di comunicazione sanitaria, dalle cartelle cliniche informatizzate ai portali sulla salute, per arrivare ai siti interattivi (come ONESELF, illustrato nel Capitolo 7) che diventano veri e propri complementi per l'arricchimento della relazione medico-paziente.

Da ultimo, il tema della salute è, ormai, un fenomeno mass-mediale. La figura del medico in televisione fa tendenza. Le notizie sulla salute (e, soprattutto, sugli scandali in ambito sanitario) hanno un posto privilegiato nell'agenda dei giornalisti. Ma quali sono gli effetti dei media sulla popolazione? Il Capitolo 8 offre una spiegazione a questo. E quando si tratta non di far notizia, ma di promuovere un comportamento salutare? Allora si costruisce una campagna d'informazione, il tema del Capitolo 9.

Questo libro nasce dall'esperienza degli autori nel campo della comunicazione sanitaria, maturata in anni di ricerca e insegnamento a studenti e professionisti sanitari. Le pagine che seguono contengono la sintesi dello studio di un campo variegato, complesso e sempre più importante per gli individui e la società. In particolare, Sara Rubinelli si è occupata della stesura dei capitoli 1, 2, 3, 6 e 8. Luca Camerini ha scritto i capitoli 4, 5, 7 e 9. Il libro nasce da un'idea e sotto la supervisione di Peter J. Schulz, fondatore e direttore dell'Institute of Communication and Health dell'Università della Svizzera Italiana, dove tutte le ricerche presentate nei vari capitoli hanno preso forma.

Ringraziamenti

Scrivere un manuale introduttivo su una disciplina nuova ed emergente non è un'impresa facile. Molte persone, con le loro diverse competenze, ci hanno aiutato a completare il libro che ora tenete in mano. Ringraziamo in particolare Chiara Maniscalco, per il contributo alla stesura dei capitoli sulla relazione medico-paziente e sulla comunicazione del rischio. Silvia Rinaldi per aver fornito gli esempi clinici presentati nel capitolo terzo. Marco Boneschi e Michele Giacobazzi per l'assistenza di questi anni al progetto ONE-SELF, oggetto del settimo capitolo. Simone Keller e Marco Bardus per la revisione dei contenuti dei capitoli sulla comunicazione del rischio e sulle campagne per la salute. Giacomo Vagni per il preziosissimo lavoro di rilettura e revisione linguistica.

Infine, un ringraziamento speciale a Patrizia Villani di Apogeo, per la professionalità e l'attenta supervisione dello sviluppo editoriale del libro.