

**CONSUMI**

## Spesa sanitaria, per fermarla occorre più comunicazione

Per gli anni a venire questa partita del bilancio dello Stato è destinata a forti aumenti per l'invecchiamento

La gente è interessata alla prevenzione ma manca un canale pubblico di informazione

GIAMPAOLO FABRIS

Vi è una concordanza di opinioni nell'indicare, per gli anni a venire, un forte aumento della spesa della salute. Non compatibile con le risorse pur importanti ora destinate. Il progressivo invecchiamento della popolazione avrà immediate ripercussioni sulla spesa sanitaria: negli ultimi due anni di vita si spende una somma equivalente a quella erogata nel corso di tutta l'esistenza e il protrarsi della vita accentuerà ulteriormente il ricorso a farmaci e ad assistenza medica. Ma la maggiore spesa è anche generata da una crescente sensibilità in quest'area. Determinante, in tal senso, la presa di consapevolezza che la malattia non è una variabile indipendente (mi ammalo perché sono sfortunato, perché era scritto negli astri, nel mio karma...) bensì, entro certi limiti, una variabile dipendente. Nel senso che se mi astengo da alcuni comportamenti e, all'opposto, ne perseguo altri - nell'alimentazione, il movimento, la cura del corpo - la salute potrà essere tutelata. Senza più deleghe in toto ad altri. Si va cioè diffondendo, in strati sempre più vasti della popolazione, una concezione della salute parallela all'enfasi che il mondo della medicina va ponendo sulla prevenzione. Intesa come reale panacea per vivere bene. Salute e benessere appaiono, sempre più, due facce di una stessa medaglia. La salute assurge quindi a valore da perseguire con intelligenza e determinazione durante tutte le fasi della vita. Facendosene carico non solo quando è minacciata ma ogni giorno. La salute diviene pratica quotidiana orientando una gamma sempre più vasta di scelte di consumo. Un'attenzione comunque non fobica, ipocondriaca ma di stampo olistico.

Un ostacolo allo sviluppo di questo processo - che potrebbe abbattere la spesa sanitaria - è la

latitanza quasi completa della comunicazione/informazione. A fronte di un gigantesco e scomposto vociere mediatico che degrada inesorabilmente a confuso rumore di fondo e di comunicazioni di parte, sovente ai limiti del dolo, dei tanti operatori che individuano nelle nuove frontiere della salute una promettente fonte di business. Il Convegno che si terrà nei prossimi giorni a Rapallo sotto l'auspicio del Ministero della Salute e promosso da **Fortino Cozzi** insieme al Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione dell'**Università San Raffaele** giunge quindi al proposito come momento di riflessione in un'area di tanto rilievo. Una comunicazione che latita quasi a 360°: da quella medico-paziente (la cui mancanza o insufficienza è costantemente lamentata dalle ricerche. E pensare che si stima che oltre un terzo dell'efficacia della terapia dipenda proprio dalla comunicazione col medico) a quella delle grandi aziende sanitarie. Che sono quasi totalmente afone nel versante della comunicazione: sia quella interna e organizzativa sia nei confronti del pubblico. Persino la segnaletica - dove siamo prossimi ai livelli più bassi della comunicazione - è sovente gravemente carente così come tutta una serie di informazioni che potrebbero risultare di grande aiuto a degenti, accompagnatori, visitatori ecc.

Certo che, a fronte dei disastri segnalati **dal L'Espresso** in queste settimane, il versante della comunicazione potrebbe apparire un optional marginale. Eppure tanti episodi di cattiva sanità sono possibili anche perché l'utenza non è correttamente informata sui propri diritti, sui reclami, sull'esistenza di una carta di servizi. L'immagine e la reputazione di una struttura ospedaliera sono anche la risultante di una comunicazione correttamente gestita: la sua pressoché totale assenza diviene quindi un prezzo oneroso da pagare. Le URP (già l'acronimo è pessimo!) che dovrebbero, nell'ambito delle strutture sanitarie, risultare più direttamente coinvolte nella comunicazione col pubblico sono per lo più

composte da personale, magari volenteroso, ma totalmente digiuno del più elementare background di comunicazione. Gravi deficienze, nei contenuti e nei linguaggi usati, si riscontrano nelle campagne d'informazione/sensibilizzazione del pubblico nei confronti delle diverse patologie: promosse, per di più con una colpevole parsimonia, dalla Pubblica Amministrazione. Una diversa valutazione in quelle a cura delle Associazioni di volontariato (anche se il loro 'tone of voice' è sempre troppo basso): ad esempio, nei confronti di una grave disabilità di massa come il cancro - tra malati ed ex malati si calcola siano circa un milione e mezzo di persone e un sostegno comunicativo pubblico sarebbe più che doveroso - la comunicazione dell'Aimac (associazione malati di cancro) è davvero esemplare. La comunicazione sulla salute su Internet, dove ciascuno - anche millantatori e lestofanti - può dire la sua, finisce per vanificare le sue pur grandi potenzialità. Generando invece entropia, disinformazione. In pochi settori come questo un'Authority sarebbe davvero indispensabile.