



## Rapporto Censis: la salute tira sempre di più sui media

**Data** 04 ottobre 2012  
**Categoria** Professione

La principale fonte del proprio bagaglio di conoscenze resta il medico di medicina generale (per il 55,6%), segue Internet (10,8%), i familiari e gli amici (10,1%), la televisione (5,9%), il medico specialista (5,8%), il farmacista (4%) e la carta stampata (3,6%). Lo rileva un'indagine del Censis presentata a Roma.

Quando si presenta un problema di salute, per il 73,2% degli italiani è più importante capire che cosa sta succedendo, piuttosto che trovare subito il rimedio più efficace (26,8%). Si tratta di un dato in aumento (nel 2006 la pensava così il 64,9%), che testimonia la crescente responsabilizzazione sanitaria individuale e la maggiore partecipazione del singolo al percorso diagnostico e terapeutico.

Questi alcuni dati di una ricerca realizzata dal Censis nell'ambito delle attività del Forum per la Ricerca Biomedica, presentata oggi a Roma da Ketty Vaccaro, Responsabile del settore Welfare del Censis, Carla Collicelli e Giuseppe De Rita, Vicedirettore e Presidente del Censis, e discussa da Francesco Marabotto, Caporedattore dell'Ansa, Mario Morcellini, Preside della Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università La Sapienza di Roma, Massimo Scaccabarozzi, Presidente di Farmindustria, e Alberto Bobbio, Portavoce del Ministro della Salute.

Non a caso - sottolineano i ricercatori - oggi gli italiani si definiscono in maggioranza (il 59,7%) molto o abbastanza informati sui temi sanitari. La principale fonte del proprio bagaglio di conoscenze è il medico di medicina generale (per il 55,6%), segue Internet (10,8%), i familiari e gli amici (10,1%), la televisione (5,9%), il medico specialista (5,8%), il farmacista (4%) e la carta stampata (3,6%).

Nel decennio trascorso l'informazione sanitaria ha goduto di una esposizione mediatica straordinaria. La medicina ha «tirato» sui mass media e la salute è stata un argomento di moda, soprattutto nella declinazione del concetto che coinvolge il benessere e la bellezza. La quota di italiani che segue abitualmente (18,5%) o qualche volta (58,8%) i tanti programmi televisivi su questioni di salute, come Elisir, Medicina 33, Tg2 Salute, è complessivamente pari al 77,3%.

Negli ultimi anni però il mondo dell'informazione è stato investito da una trasformazione epocale, con la diffusione dell'accesso a Internet.

Utilizza Internet per ottenere informazioni sulla salute il 32,4% degli italiani. Di questi, il 90,4% effettua ricerche su specifiche patologie, il 58,6% cerca medici e strutture cui rivolgersi, il 15,4% prenota visite ed esami attraverso la rete, il 13,9% frequenta chat, forum e web community dedicate ai temi sanitari per lo scambio di informazioni ed esperienze, il 2,8% (che corrisponde solo allo 0,9% degli italiani) acquista farmaci online. Degli internauti che sfruttano la rete per motivi sanitari, il 97,6% utilizza i motori di ricerca come Google (spesso il 23,2%, qualche volta il 74,4%), il 73,2% consulta siti specializzati o scientifici (spesso il 14%, qualche volta il 59,2%), il 38,3% legge la sezione salute dei quotidiani online, il 34,7% utilizza con questo scopo i social network, il 29,8% naviga nei siti istituzionali.

Lo spazio dedicato dai mass media ai temi legati al benessere, agli stili di vita e alla bellezza appare oggi eccessivo al 48,5% degli italiani, mentre è giudicato scarso quello dedicato alle malattie rare (lo pensa il 65%) e alla ricerca (60,1%).

Tra i principali difetti della comunicazione sanitaria sui mass media c'è poi la complessità delle informazioni fornite (secondo il 33,3% delle opinioni raccolte), l'enfaticizzazione dei rischi per situazioni con un impatto reale minimo, come ad esempio nel caso dell'influenza aviaria (31,1%), la carenza di informazioni pratiche (27,2%), la leggerezza con cui talvolta vengono trattate le sperimentazioni, come se fossero terapie già disponibili (15,8%), il mancato aggiornamento (15%).

E il ruolo dei mass media appare ridimensionato nella determinazione dei comportamenti individuali. Meno di un terzo degli italiani traduce in pratica qualche volta le informazioni raccolte attraverso i mezzi di comunicazione (solo il 29,8%), mentre il 70,2% afferma di non avere mai adottato le indicazioni ricevute dai media. Al massimo, il 17,2% modifica il proprio stile di vita (corregge l'alimentazione, smette di fumare, si dedica all'attività fisica), il 15,3% decide di provare nuovi farmaci o prodotti per il benessere, l'8,6% di sottoporsi a un controllo medico.

Invece l'importanza del rapporto tra il medico e il paziente nel definire il percorso clinico viene ampiamente riconosciuta dagli italiani. Tanto che una cattiva comunicazione tra operatori sanitari e malati avrebbe forti conseguenze in termini di ritardi nella prima diagnosi (lo pensa il 92,2%), nello stabilire la terapia più efficace (91,3%), arrecando al malato danni psicologici come ansia o depressione (85,7%), causando la prescrizione di trattamenti sbagliati (85,1%). E il 63,4% degli italiani ritiene che, anche nel caso in cui una persona sia colpita da una malattia grave, il medico dovrebbe comunicare la diagnosi direttamente al paziente, anche nei casi peggiori.

A proposito dell'atteggiamento che il medico dovrebbe avere quando si relaziona con il paziente, per il 41,1% degli intervistati il dottore dovrebbe avere le idee chiare e convincere il paziente sul da farsi. Per il 41,7% dovrebbe ascoltare il malato e adattare le soluzioni al caso che ha davanti. Per il 17,2% dovrebbe invece soprattutto tranquillizzarlo ed evitare che possa adottare comportamenti scorretti. Infine, secondo il 76,3% delle opinioni raccolte, quando si relaziona con il medico, il paziente dovrebbe ascoltarlo e adeguarsi, mentre il 23,7% ritiene che sia più proficuo far valere il



# FIMMG PISA

proprio punto di vista.