

Bologna
8 novembre 06

Prevenzione e promozione della salute:
il ruolo strategico della comunicazione pubblica
dalla programmazione alla valutazione delle attività di comunicazione

seconda sessione

La valutazione della comunicazione per la salute

claudio.tortone@dors.it

in collaborazione con

Elena Barbera, Elisa Ferro, Rita Longo,

Massimo Marighella, Silvano Santoro, Eleonora Tosco

DORS





Health Communication

La comunicazione è una **strategia chiave** per fornire **informazioni** alla **popolazione** sui temi della salute e per mantenerli in primo piano nelle **agende pubbliche**.

... la comunicazione sta divenendo sempre più un importante fattore per dare maggiore **empowerment** alle singole **persone** e alle **comunità**.

Health Promotion Glossary, OMS 1998

informare o comunicare?

informare

Dare forma

Trasmettere a / ragguagliare qualcuno procurandogli notizie, informazioni, dati...

comunicare

Mettere in comune

Far partecipi altri di qualcosa
Condividere informazioni, idee

comunicare è una relazione

territorio/spazio di contrattazione

(non un "oggetto dato" che si sposta da A a B)

ciò che si contratta è il significato

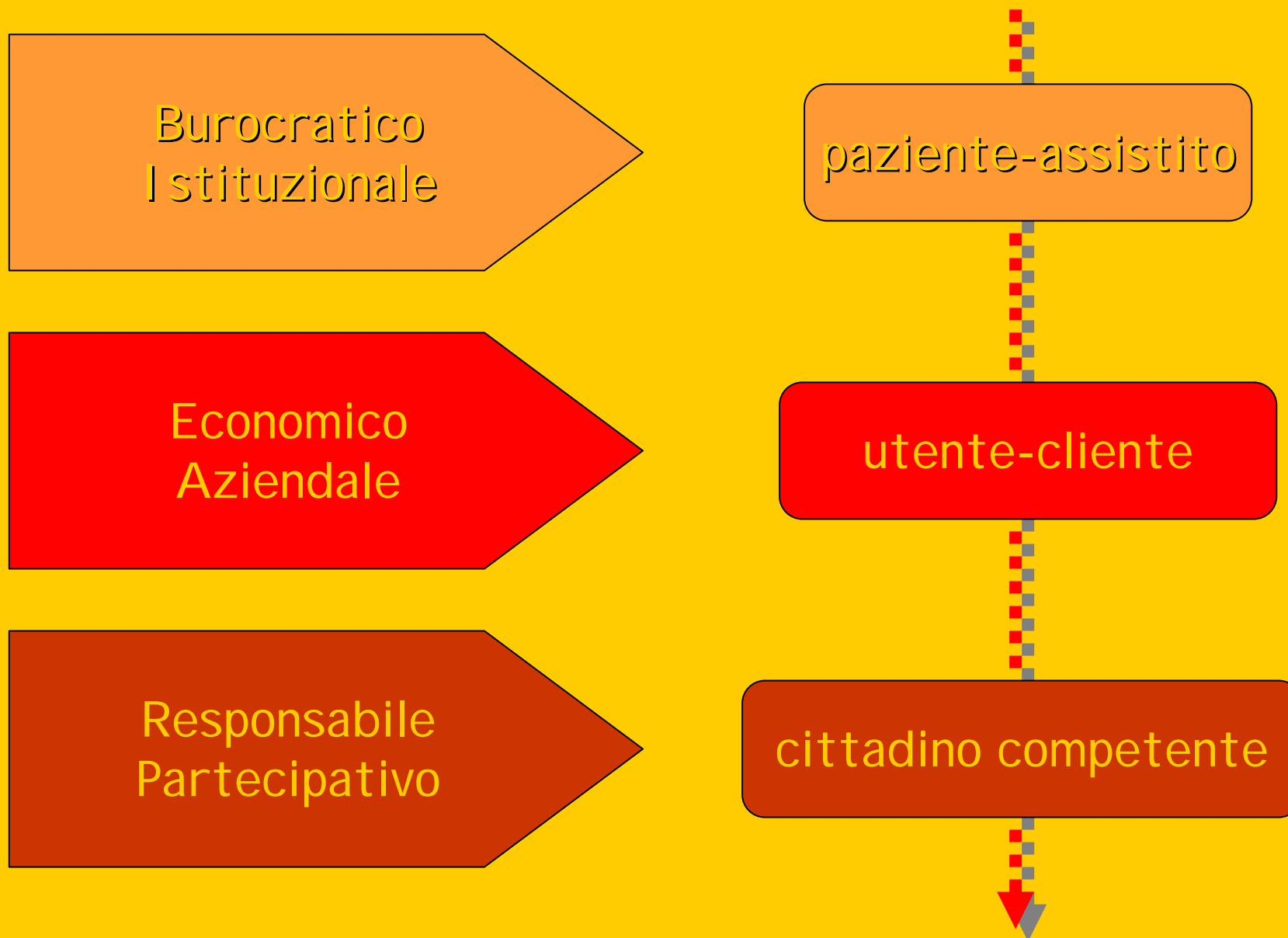
... ma anche il ruolo/la credibilità dei
soggetti coinvolti



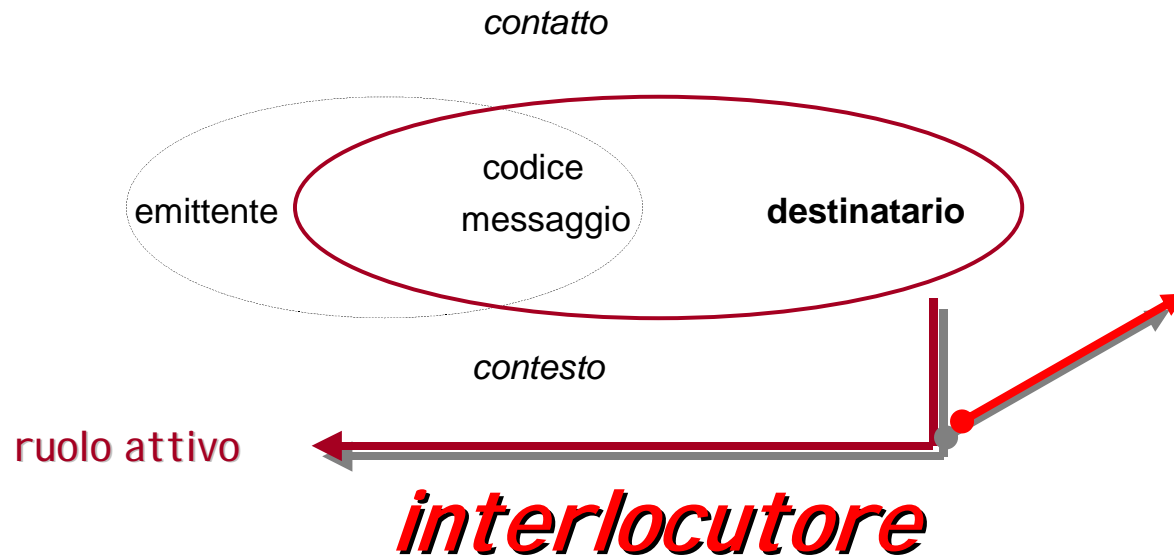
luogo di conflitti (creativi?)

luogo di scontro/incontro di interessi

Transizione dei modelli della Pubblica Amministrazione



il ruolo del destinatario



PORTATORI
di INTERESSE

Cittadino

Politico
Amministratore

Opinion-leader

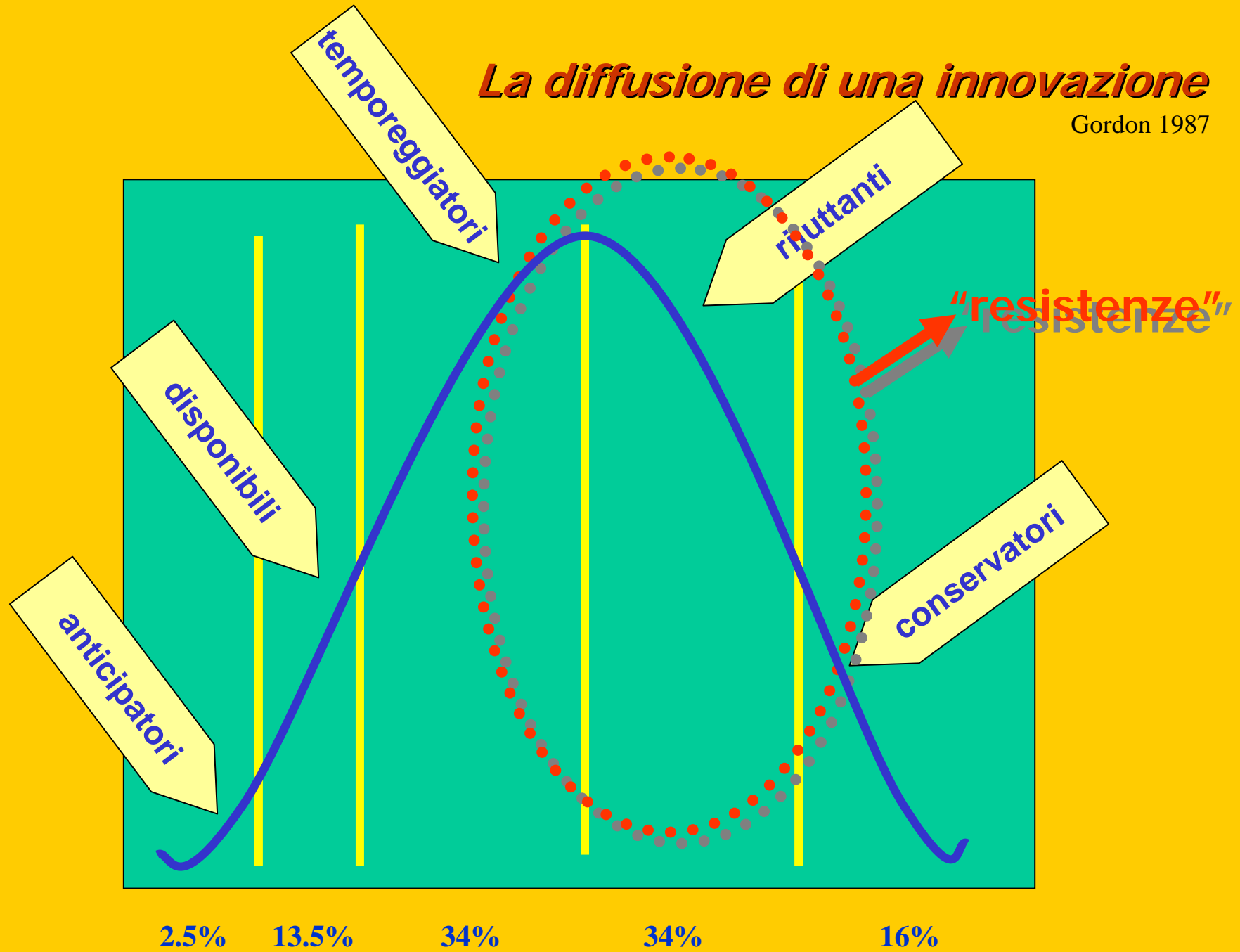
Health Literacy ... Cittadino ... Comunità ... Competente ...

Strategie di comunicazione multi-livello



La diffusione di una innovazione

Gordon 1987



VALUTAZIONE

... è difficile... è complessa...



Ma iniziano ad essere disponibili *evidenze*...

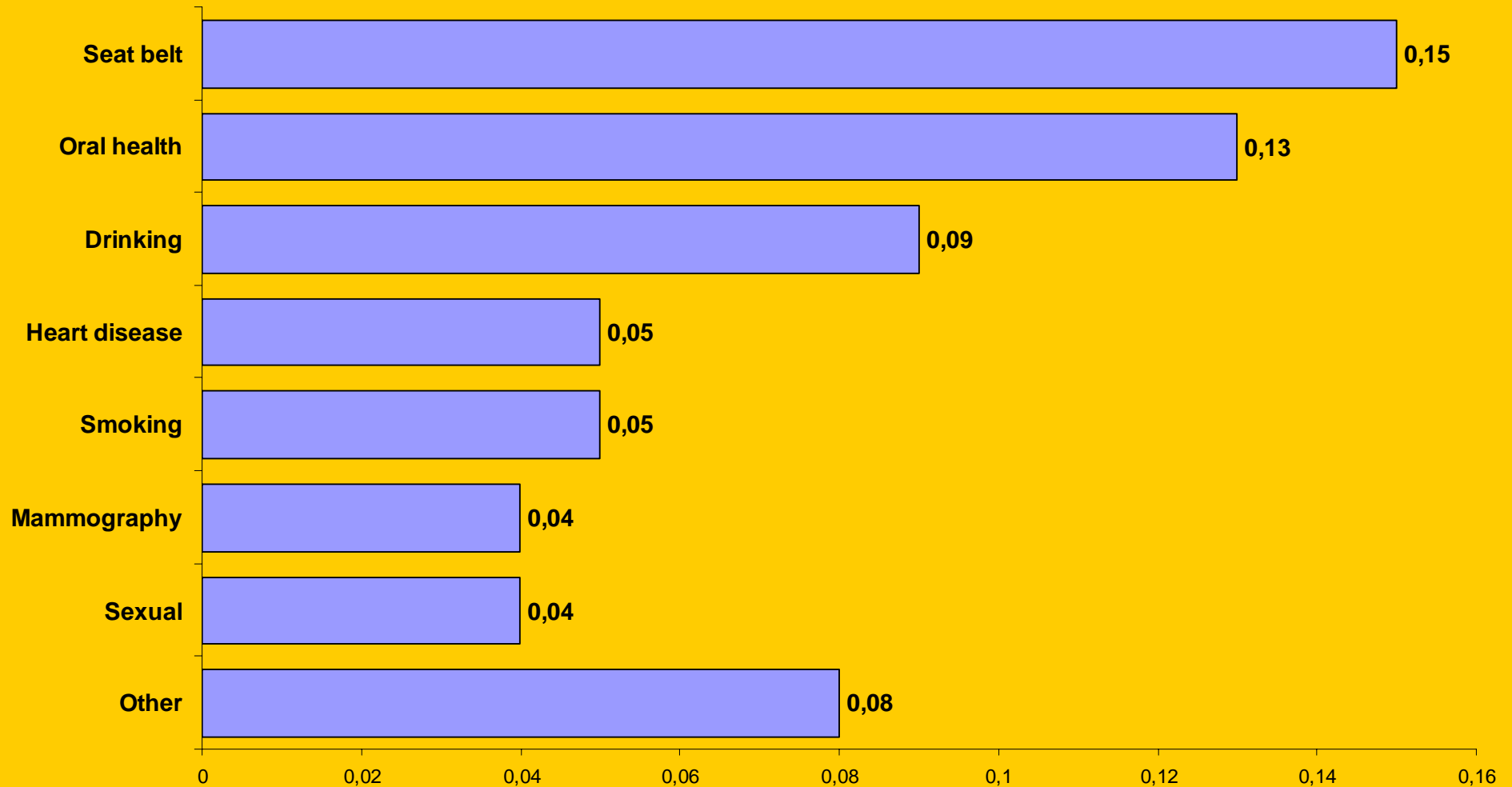
alcuni esempi...

- Le campagne di comunicazione sono efficaci
- I criteri per disegnare una campagna efficace
- Analisi delle strutture narrative dei messaggi
- Il counselling è efficace



Meta-analisi dell'efficacia di 48 campagne di comunicazione per cambiare i comportamenti

Campaign effect size by campaign topic



Snyder LB, Hamilton MA Journal of Health Communication, 2004



Meta-analisi dell'efficacia di 48 campagne di comunicazione per cambiare i comportamenti

RIULTATI

Piccoli, ma significativi risultati di cambiamento nel breve periodo (nel lungo periodo?)

risultati più contenuti se un comportamento di dipendenza (fumo)

| comportamento | con rinforzo | senza rinforzo |
|--------------------------|---------------------|-----------------------|
| nuovo | 17% | 5% |
| prevenzione o cessazione | 3% | 3% |



L'efficacia delle campagne

è molto più probabile quando il progettista...

Conduce una ricerca formativa con il target e un pre-test

Utilizza la teoria come fondamento per il processo di cambiamento

Effettua una segmentazione in sottogruppi

Progetta un messaggio mirato e stimolante il cambiamento

Colloca i messaggi nei canali utilizzati dal target e li posiziona nei momenti più appropriati

Conduce una valutazione di processo (elevata esposizione)

Utilizza un disegno di valutazione di risultato capace di spiegare i cambiamenti



2

Essere o non essere
"adeguati"

Stare o non stare "al
posto giusto"

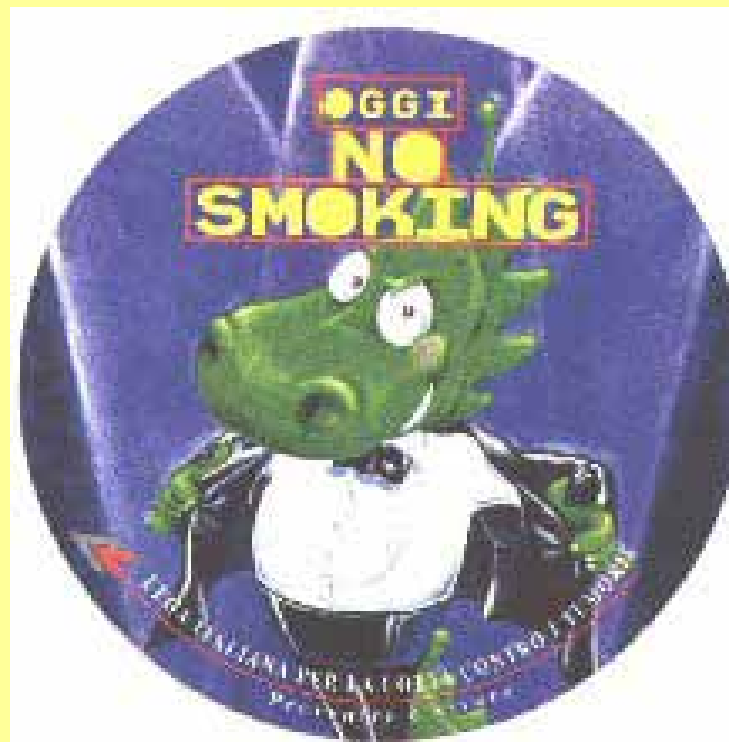
"Definire" le cose





3

Identità personale
Differenziazione
Esclusività
Desideri, scopi e
progetti individuali
Meccanismi di
proiezione e
identificazione





4

Cooperazione

Coralità

Rapporti tra persone

Interazione e scambio

Discorsi a più voci





OGGETTIVO

| | | | |
|---|---|--|---|
| | <p>CAUSALE</p> <p>La narrazione si basa su un nesso preciso e misurabile di causa ed effetto</p> | <p>POSIZIONALE</p> <p>La narrazione presuppone il posizionamento, la collocazione del destinatario in un dato punto dell'universo dei valori condivisi</p> | |
| <p>R E L A T I V O</p> | <p>MULTIPROSPETTICA</p> <p>La narrazione spinge il soggetto verso una prospettiva nuova ma collocata all'interno di relazioni con altri soggetti</p> | <p>PROSPETTICA</p> <p>La narrazione spinge il soggetto ad essere qualcosa di diverso da quello che è attualmente, verso una prospettiva individuale nuova</p> | <p>A S S O L U T O</p> |

SOGGETTIVO



COUNSELLING FORTEMENTE RACCOMANDATO

The systematic reviews by the Guide to Community Preventive Services (Community Guide) of the effectiveness of interventions to reduce or prevent tobacco use focused on three areas:

1. Preventing tobacco product use initiation
2. Increasing cessation
3. Reducing exposure to environmental tobacco smoke (ETS)

Interventions

Legend: Talk Free Findings: Recommended (green circle), Insufficient Evidence (yellow circle), Recommend Against (red circle).
Program Legend: RTPS (Sample Evidence-Based Program). This symbol represents a link to example programs representing the type of intervention reviewed.

Reducing Tobacco Use Initiation

- Increasing the unit price for tobacco
- Mass media education campaigns when combined with other interventions

Restricting minors' access to tobacco products:
Community mobilization when combined with additional interventions (stronger local laws directed at retailers, active enforcement of retailer sales laws).

forza dell'evidenza: A

- interventi minimi della durata di meno di tre minuti aumentano i tassi di astensione: ogni fumatore dovrebbe ricevere almeno un intervento minimale, che sia inviato o meno ad un intervento intensivo

www.thecommunityguide.org



Promozione della Salute

Il complesso delle azioni dirette non solo ad aumentare **le capacità degli individui**, ma anche ad avviare cambiamenti sociali, ambientali ed economici, in un **processo che aumenti le reali possibilità di controllo**, da parte dei **singoli** e della **comunità**, dei determinanti di salute

Health Promotion Glossary, OMS 1998

empowerment

Messaggi e Valori

An abstract painting with vibrant colors (blue, orange, purple, red) and geometric shapes. In the foreground, a dark silhouette of a person stands on a red, sloping hill with arms raised. In the background, there are stylized buildings and a bright yellow sky.

Partecipazione

Fiducia

Congruenza

Creatività

Responsabilità

PISTE DI LAVORO

per rendere sostenibile la valutazione

Mettere in rete competenze e esperienze

Costruire significati e orizzonti condivisi

Studiare ciò che ha già funzionato e perché

Sperimentare strategie singole e multi-livello

Documentare e confrontarsi





Se da grandi ci abituassimo
a maggiori coccole nei rapporti interumani,
sicuramente svilupperemmo molto meno malattie
sia organiche sia psichiche.

Oliver Sachs, Un antropologo su marte, Adelphi 1998

Saranno disponibili su www.dors.it

- Presentazione
- Documenti
- Link

