**29 Maggio 2012**

**Centro Studi Comunicazione sul Farmaco**

**Relazione triennale 2009 – 2012**

**Previsione per il prossimo triennio 2012-2015**

A cura di Flavia Bruno, Direttore

*Il Centro Studi Comunicazione sul Farmaco, Università degli Studi di Milano, è stato istituito e diretto dal Professor Rodolfo Paoletti, allora Preside della Facoltà di Farmacia, nel 2000. Dal 2009 è sotto la direzione della professoressa Flavia Bruno, che in precedenza aveva ricoperto la carica di Segretario Scientifico.*

*Il Centro si avvale della collaborazione di un Comitato Scientifico e di esperti professionisti del settore della comunicazione*

*Numerosi enti finanziatori si sono avvicendati nell’arco di tempo della vita del Centro, garantendo supporto economico e disponibilità a ospitare tirocinanti. Nell’ultimo triennio l’attività è stata resa possibile grazie a:*

* *Synchronia-ddb health*
* *Sudler Hennessey*
* *Multimedia Systems*
* *Fondazione Zoè*
* *Nutrition Foundation of Italy*

*Il Direttore del Centro, in occasione di questa relazione ringrazia i membri del Comitato Scientifico e gli enti finanziatori per il sostegno e la disponibilità dimostrate.*

*Questo documento riassume in modo sintetico le principali attività del Centro dell’ultimo triennio (2009-2012) svolte secondo le finalità istituzionali concentrandosi sulla ricerca, sulla comunicazione e sulla didattica, e pone le basi per il rinnovo del Centro esponendo le linee di ricerca e le attività previste nei prossimi anni.*

**Indice**

1. **STATO DELL’ARTE**
2. **RELAZIONE TRIENNALE 2009-2012**
   1. RICERCA
      1. Operatori sanitari
      2. Media: stampa
      3. Media: televisione
      4. Media: il web
      5. Ricerche-caso
   2. COMUNICAZIONE
   3. DIDATTICA
   4. PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE
3. **PREVISIONE DI ATTIVITA’ DEL TRIENNIO 2012-2015**
   1. RICERCA
   2. DIDATTICA
   3. COMUNICAZIONE
   4. PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

**1. STATO DELL’ARTE**

Il Centro studi comunicazione sul farmaco studia l’evoluzione del rapporto "media-scienza-salute-farmaco", l’impatto nella società attualee l’identificazionedi basi e strategie per una corretta ed efficace comunicazione al pubblico del progresso della scienza medica e delle sue implicazioni.

Essere sani è infatti una condizione di benessere non solo fisico, ma anche psicologico e sociale: un bene prezioso che va difeso ogni giorno e che impone molte scelte per migliorare la qualità della vita del singolo cittadino e quindi di tutta la società. Ma da sottolineare come l’invecchiamento con conseguenti patologie cronico-degenerative ha portato a una discussione critica della definizione di salute. Il crescente interesse verso la salute ha evidenziato la necessità di analizzare le esigenze dei mass media con le aspettative e le percezioni del fruitore dell’informazione (interpretazione della malattia, sentimenti e paure, conseguenze sulla vita sociale) e di fornire nuovi strumenti agli operatori del settore medico che si confrontano quotidianamente sul tema salute/malattia con i pazienti.

In contrasto con la necessita del pubblico di avere sempre più informazioni, spesso la relazione giornalisti/scienziati non appare facile per la complessità del metodo scientifico e del suo gergo. I medici sono irritati quando la stampa riportata in prima pagina come definitivi i risultati preliminari di un nuovo studio: spazio e tempo, nemici del giornalismo, portano spesso a sintetizzare passaggi fondamentali. In questa situazione confusa, i giornalisti accusano la comunità scientifica di limitare l’accesso all’informazione e di alzare barriere di fronte alla divulgazione della ricerche mediche; dall’altra parte medici e scienziati accusano i media di riportare notizie esagerate, poco documentate e verificate. La necessità di colmare questa distanza tra scienza medica e divulgazione è un argomento sentito con profonda sensibilità dagli attori coinvolti in questo processo: accademici, giornalisti e pubblico. Il desiderio di un nuovo giornalismo che eviti inutili allarmismi a favore di un’informazione equilibrata e scientificamente corretta, che mantenga il metodo della scienza nel rispetto delle regole dei mass media è condiviso da tutti, tenendo presente la difficoltà oggettiva della popolazione italiana di comprensione del testo scritto.

L’informazione quotidiana deve trasmettere notizie serie, rapide e comprensibili anche a un pubblico che non ha la capacità critica di verificare quanto detto o scritto , non deve lasciare dubbi o incertezze, non deve essere incompleta o peggio ancora errata, ma vigile e prudente, non deve portare il lettore verso scelte sbagliate, viaggi della speranza, inutili aspettative e cure miracolose. In situazioni drammatiche, durante epidemie, catastrofi naturali e indotte dall’uomo, l’informazione deve essere bilanciata evitando allarmismi per non alimentare “pandemie” mediatiche e previsioni sbagliate che inducono comportamenti senza controllo di psicosi collettiva. La notizia in caso di crisi va monitorata costantemente e condivisa con la comunità scientifica perché il panico può fare solo danni e gli errori non si possono correggere con la stessa immediatezza dell’informazione. In sintesi, l’informazione deve svolgersi attraverso una collaborazione, nella comprensione e nel rispetto di codici e regole di due mondi complessi: scienza medica e giornalismo.

L’analisi e la comparazione del linguaggio dei mass media (stampa, televisione, radio, internet) del cinema, del teatro e di fenomeni emergenti, in riferimento alla salute, al farmaco e alla società e ai principali attori di questo sistema (pubblico, operatori della salute, ricercatori e decisori) permette di sperimentare strategie innovative di comunicazione.In questa ottica si inseriscono le diverse ricerche già ultimate e ancora in atto presso il Centro.

L’analisi della percezione della salute da parte del pubblico attraverso ‘’il filtro’’ dei mass media ci ha portato ad approfondire in modo trasversale il messaggio veicolato dalla stampa, televisione e web, considerato il crescente aumento dell’utilizzo di internet da parte del paziente/ utente per la ricerca dell’informazioni inerenti a patologie e terapie.

1. **RELAZIONE TRIENNALE 2009-12**

* 1. **RICERCHE DEL TRIENNIO** 
     1. ***OPERATORI SANITARI***
* **Il vissuto del farmacista**

**(ricerca sponsorizzata dall’Ordine dei Farmacisti delle province di Milano e Lodi, in collaborazione con Dipartimento di Psicologia Clinica, Polo Universitario S. Paolo, Milano)**

Status: manoscritto disponibile, sottoposto alla pubblicazione su rivista internazionale

*Obbiettivi*

I farmacisti che in Italia operano nelle circa 18.000 farmacie al pubblico sono gli operatori sanitari più accessibili al paziente. Essi interagiscono quotidianamente con circa tre milioni di individui, molti dei quali presentano anche un disagio emotivo legato a problemi di salute propri o dei propri familiare. Il ruolo stressante di questa professione è ben noto, ma ad oggi non così studiato, come le situazioni di medici e infermieri ospedalieri. Per questo motivo abbiamo avviato una ricerca qualitativa sul vissuto del farmacista.

*Metodi*

La ricerca è stata condotta attraverso interviste in profondità su un campione di 20 farmacisti intervistati da due ricercatori (uno psicologo e un farmacista). L’obiettivo è quello di ricostruire la teoria implicita sul vissuto del farmacista nelle situazioni in cui si è trovato particolarmente in difficoltà. I dati sono stati raccolti utilizzando un’analisi di tipo interpretative fenomenologico e codificati mediante il software per dati qualitativi NVIVO.

***Risultati***

I farmacisti intervistati hanno riferito difficoltà quotidiane generalizzate; le loro narrazioni segnalano una serie di episodi ricorrenti. Dai racconti emerge una difficoltà intrinseca della professione, più che la descrizione di episodi singoli. Emerge un ruolo professionale complesso che si può articolare in due aspetti legati al paziente e alla sua centralità - cura della salute e della sanità, un ruolo relazionale e di *counseling* – e un aspetto nettamente distinto legato alla farmacia come impresa. Ne emerge una difficoltà di conciliare questi ruoli diversi e spesso in contrapposizione; questo aspetto in particolare è stato riferito dalla totalità degli intervistati con 135 riferimenti specifici. Nell’affrontare l’impegno professionale intervengono fattori endogeni, quali l’esperienza personale e non solo professionale, il carattere, la preparazione accademica (riferiti dall’85% dei rispondenti con 70 accenni specifici) e fattori esogeni, quale la tipologia della popolazione di riferimento, le restrizioni legali e burocratiche, il contesto della farmacia (segnalati dal 70% dei rispondenti con 62 riferimenti).

***Conclusioni***

In letteratura è descritta per diverse patologie l’utilità di integrare nell’equipe medica la figura del farmacista ai fini di migliorare la salute attraverso l’aderenza alla terapia e alle prescrizioni in genere. Dalla ricerca emerge la necessità di porre attenzione nel curriculum accademico alla formazione rispetto alle capacità relazionali e comunicative e alla formulazione di strategie personali nell’affrontare le difficoltà professionali. Sarebbe indubbiamente interessante estendere la ricerca in modo quantitativo, ma per fare ciò si dovrebbe disporre di uno strumento di indagine attendibile, ma di semplice erogazione.

* **Evoluzione del ruolo professionale del farmacista al pubblico**

Status: rapporto disponibile

***Obbiettivi***

A seguito del Decreto Legislativo 3 ottobre 2009, n 153 relativo ai Nuovi servizi erogati dalle farmacie nell’ambito del Servizio Sanitario Nazionale” è stato condotto un approfondimento sul ruolo del farmacista al pubblico.

***Metodi***

Lo studio è stato condotto in modo indiretto mediante l’informazione disponibile in internet e si è articolato attraverso l’analisi dell’evoluzione del ruolo professionale, dei punti di forza della farmacia, con particolare riferimento alla comunicazione e al *counselling*.

***Risultati***

E’ emersa la necessità di operare una modernizzazione dell’impresa “farmacia” che garantisca ai cittadini nuovi servizi, che dialoghi con associazioni di consumatori, e sia interlocutore autorevole di fronte alle crescenti esigenze di salute della collettività.

***Conclusioni***

La formazione continua rappresenta un elemento indispensabile per adeguare al cambiamento la professionalità e la preparazione del farmacista e rendere possibile l’attuazione pratica dei nuovi servizi intesi a migliore la salute della collettività.

* + 1. ***I MEDIA: LA STAMPA***
* **Virus biologici e virus mediatici: il caso dell’influenza A(H1N1)**

**(ricerca in collaborazione con Dipartimento di Salute Pubblica, Microbiologia e Virologia, Università degli Studi di Milano)**

Status: pubblicato: Zanetti A, Vercellesi L, Pariani E, Laccisaglia M, Bruno F. Analysis of a pandemic in the Italian newspapers:the A(H1N1) experience. Italian Journal of Public Health n 2, 2012 Online first “

*Obbiettivi*

Nel corso degli anni l’ influenza ha sempre fatto notizia, vista la dimensione delle persone che annualmente si ammala. Negli ultimi anni l’interesse è particolarmente aumentato di fronte a virus sconosciuti che hanno creato vere e proprie pandemie mediatiche più che biologiche. Sars, aviaria e nel 2009 l’influenza A(H1N1) per lunghi mesi hanno occupato le pagine dei quotidiani nazionali e internazionali.

*Metodi*

Abbiamo voluto studiare a livello quali-quantitativo l’informazione apparsa su cinque quotidiani nazionali a massima diffusione secondo ADS ( accertamenti diffusione stampa )durante il periodo aprile 2009- febbraio 2010 per l’analisi quantitativa e su tre mesi per l’analisi qualitativa, nel corso della quale sono stati analizzati gli elementi di un articolo che possono determinare un particolare impatto sul lettore: nello specifico titoli, immagini e *lead*.

*Risultati*

L’analisi quantitativa ha evidenziato 1220 articoli apparsi lungo il periodo segnalato secondo quattro picchi di interesse, con un andamento simile per i quotidiani esaminati, mentre la qualitativa si è focalizzata su 382 testi. Di questi il 98,4% compariva o aveva uno strillo in prima pagina, il 33.8% usava nei titoli toni allarmanti e il 47,8% era corredato da foto notizie o infografica.

*Conclusioni*

In Italia la gravità della pandemia A(H1N1) del 2009 è stata lieve; ciononostante i quotidiani hanno dedicato ampio spazio all’informazione, usando toni allarmistici. Questo rappresenta un nuovo esempio di difficoltà di relazione fra il mondo scientifico e quello giornalistico.

* **Doping in prima pagina: otto casi a confronto**

Status: rapport disponibile

***Obbiettivi***

Il doping rappresenta una pratica illecita sempre più diffusa nello sport professionale e amatoriale. Sono state esaminate le modalità di rappresentazione di casi emblematici, per evidenziare differenze di trattazione fra un quotidiano sportivo e uno laico.

***Metodi***

Confronto quanti-qualitativo tra otto casi di doping apparsi in prima pagina e scelti secondo un criterio di convenienza su due quotidiani nazionali uno sportivo e uno generalista (La gazzetta dello sport e Il corriere della Sera).

***Risultati***

In entrambi i quotidiani ,per i casi riportati, si è dato risalto a un duplice aspetto: il primo legato alla popolarità dello sport e del personaggio coinvolto e il secondo legato a come il fenomeno doping si sia evoluto abbandonando l’area di una scelta personale e arrivando ad avere esso stesso un’organizzazione di sostegno. I risultati dell’analisi portano a concordare sul fatto che il quotidiano sportivo riporta la notizia senza cercare di emozionare il lettore, mentre il quotidiano generalista cerca nella notizia più l’impatto sul lettore che un ruolo educativo.

***Conclusioni***

La numerosità degli articoli e delle fotonotizie considerati nel loro insieme è simile nei due quotidiani esaminati (120 Gazzetta e 104 Corriere), a dimostrazione dell’interesse per gli eventi legati al mondo sportivo.

Le scelte di titolazione differiscono e riflettono il target del quotidiano, prevalentemente sportivi nel caso del lettore della Gazzetta, a più ampio respiro (sportivo-economico-sociale) per il Corriere.

* **Quando il farmaco diventa notizia – analisi del comunicato stampa dell’industria farmaceutica e della sua traduzione in articoli divulgativi**

**S**tatus: rapporto disponibile

***Obbiettivi***

Lo studio ha avuto lo scopo di valutare alcuni comunicati stampa di industrie farmaceutiche in termini di completezza delle informazioni fornite secondo le raccomandazioni per il giornalismo scientifico elaborate dal Centro Studi. Gli articoli divulgativi redatti a seguito dei comunicati stampa sono stati valutati in modo analogo.

***Risultati***

I comunicati stampa presentano in comune alcune caratteristiche:

* I benefici sono stati presentati solo in termini percentuali e non assoluti
* Non vengono menzionate alternative al farmaco
* Non vengono descritti in dettaglio i dati di sicurezza, precauzioni e avvertenze
* Non vengono riportati confronti di costo con altre terapie
* Non viene delineato il rapporto fra il vantaggio del singolo e l’impatto sociale

Dall’esame degli articoli emerge che il comunicato stampa rappresenta l’unica fonte di consultazione per il giornalista, anche nei casi in cui ci sia riferimento ai lavori scientifici oggetto dell’informazione.

In comune gli articoli si dimostrano estremamente incompleti, specie per quanto riguarda la posologia, la tipologia degli studi clinici effettuati, il costo, le controindicazioni, avvertenze ed effetti collaterali.

***Conclusioni***

Questo studio, che meriterebbe un ampliamento all’esame della corrispondenza fra l’articolo scientifico e il comunicato stampa, conferma l’inadeguatezza della comunicazione sul farmaco e una mancata corrispondenza in pratica con le raccomandazioni. Si conferma ancora la prassi di lavoro del giornalista scientifico.

* + 1. ***I MEDIA: LA TELEVISIONE***
* **La salute nei *medical drama*: quando l’informazione incontra l’intrattenimento**

Status: report disponibile

***Obbiettivi***

La televisione riesce a veicolare messaggi sulla salute, data la numerosità degli ascolti e può aiutare se non a evitare comportamenti a rischio, incominciare a proporre stili di vita corretti, ricostruendo una “ cultura della salute”. I *Medical drama* sono stati i primi a mettere in scena la malattia e a suo fianco il medico. Molto si è discusso sul ruolo educativo delle *fiction* da ER al Dr House. Diverse ricerche sono state svolte in USA dalla *Kaiser Family Association*, che ha riscontrato una maggior consapevolezza sulle tematiche proposte o per lo meno la conoscenza di patologie non note da parte del pubblico che seguiva la *fiction*.

Alla luce di tali evidenze, abbiamo analizzato il valore dell’impiego pedagogico e formativo dei medical drama trasmessi in Italia sia in ambito divulgativo sia in ambito didattico, evidenziandone l’aspetto di *docufiction* nel ruolo di informazione e intrattenimento.

***Metodi***

Sono stati presi in esame 98 episodi di medical drama americani e italiani per un totale di 80 ore di visione al netto delle interruzioni pubblicati. L’analisi è stata condotta attraverso griglie di valutazione strutturate generale e per pronto soccorso, desunte dalla letteratura e modificate per la situazione locale. Le griglie hanno consentito la mappatura degli argomenti trattati e della modalità di rappresentazione. La frequenza degli argomenti trattati è stata confrontata con le statistiche italiane delle cause di ricovero; la qualità dei servizi con le aspettative degli italiani (Monitor Biomedico 2006).

Inoltre è stata condotta un’indagine mediante un questionario strutturato su 1000 soggetti, primariamente studenti di facoltà scientifiche e non, e operatori sanitari, personale paramedico per indagare la validità dei medical drama come strumento formativo in ambito universitario e di aggiornamento.

***Risultati***

Il pubblico delle fiction non sempre si trova di fronte a rappresentazioni veritiere delle realtà ospedaliere, in particolare per quanto riguarda le produzioni italiane. Gli argomenti trattati riflettono in modo adeguate le cause di ricovero in Italia. La qualità dei servizi prestati nella *fiction* non riflette la realtà italiana, così come emerge da indagini sulle aspettative del paziente.

Lo spettatore del *medical drama* si identifica più col medico curante che col paziente, elaborando così la paura del male e del dolore. Lo spettatore medio è esposto primariamente a due rischi: la possibilità di confondere il reale con la finzione, un fattore valido per qualsiasi programma e in particolare a lungo termine e l’eventualità che il messaggio sia decodificato in maniera non univoca, lasciando ampia libertà di interpretazione.

Dall’indagine, è emerso che la fiction medica Greys Anatomy avrebbe un potenziale utilizzo in ambito didattico formativo per gli studenti intervistati (*edutainment*), in particolare il 54% dei paramedici lo considera formativo. Farmacisti e medici ritengono che il *medical drama* abbiano un ruolo prevalentemente di intrattenimento, ammettendo una possibilità didattica per l’impiego della tecnologia diagnostica.

I *medical drama* non vivono solo attraverso la televisione, ma la partecipazione prosegue sull’web, attrverso social network e blog, nei quali si articolano discussioni su argomenti connessi alla salute e prevenzione.

***Conclusioni***

Da questa ricerca emerge che la programmazione potrebbe essere indirizzata utilmente alla fascia di età fra i 15 e 1 24 anni, come mezzo di comunicazione sulla prevenzione, poiché l’agenda dei media, influisce nel determinare l’agenda del pubblico. Focalizzare la prima, significa orientare la seconda.

* + 1. ***I MEDIA: Il web***
* **La Farmacia virtuale su *Second Life***

**(in collaborazione con Dipartimento di Comunicazione, Università degli Studi di Milano)**

Status: report disponibile

***Obbiettivi***

Abbiamo analizzato i principali strumenti del social web e gli ambienti virtuali multiutenti (MUVE) emergenti e i progetti già in essere, ai fini della successiva realizzazione di una modalità di integrazione dei servizi sulla salute già esistenti, in modo da sperimentare strumenti innovativi per la divulgazione a scopo educativo e di *counselling* e così coprire una lacuna segnalata dagli utenti italiani della mancanza di informazioni pratiche o dell’accesso a informazioni troppo complesse.

***Materiali e metodi***

Dall’analisi è emersa la possibilità di una realizzazione su  *Second life (SL),*  un mondo virtuale lanciato nel giugno del 2003 dalla società americana Linden Lab. Gli utenti sono presenti in SL come alter ego, denominati avatar, che interagiscono gli uni con gli altri. Gli avatar detti residenti possono esplorare, socializzare, incontrare altri residenti, gestire attività di gruppo o individuali, realizzare progetti, viaggiare attraverso le isole e le terre che formano il mondo virtuale. Su SL era già disponibile un’isola in lingua inglese dedicata alla salute, che fra l’altro ospita Pubmed, ospedali virtuali e altre iniziative.

Abbiamo ipotizzato una farmacia “costruita” su un’isola di “proprietà” della nostra Università, aperta a tutti i “residenti” di SL in modo continuativo (24h, 365).

***Risultati e conclusioni***

La realizzazione della farmacia tridimensionale e interattiva ha seguito un progetto che prevedeva spazi diversi in cui gli “avatar” potevano trovare informazioni utili e di immediata comprensione sulla prevenzione, sul farmaco, sull’automedicazione, integrate da un punto di *counselling*.

Una prima stanza rappresentava una *taberna medicinae*, farmacia antica dove il farmacista (*pharmacotriba*) accoglie i visitatori.

Si passa quindi a un ambiente statico dedicato alla prevenzione dove si trovano cartelloni informativi riguardanti stili di vita e alimentazione e informazioni generali sul farmaco e sulla professione del farmacista. I cartelloni offrono messaggi testuali salvabili nella propria cartella personale e link a pagine web di approfondimento.

Un ambiente dinamico dedicato all’automedicazione ospita un modello androide robotizzato interattivo, che rappresenta il corpo umano, e cartelloni esplicativi. Cliccando sui distretti anatomici vengono evidenziati sintomi, piccole patologie e relativi rimedi. Nel caso in cui il rimedio fosse costituito da un farmaco di autoprescrizione, vengono indicate le informazioni principali utili per una corretta assunzione.

La farmacia virtuale ha avuto una inaugurazione formale con segnalazione in SL e tramite un comunicato stampa tradizionale.

Le aspettative legate alle realizzazioni in SL sono parzialmente andate deluse anche per la difficoltà di gestione del software applicativo che non ha subito semplificazioni per un uso più immediato. Siamo di sicuro in una fase di sperimentazione e trasformazione, identificata come “apprendistato” che non consente di allargare un progetto di questo tipo a una popolazione estesa e quindi a un programma efficace di informazione e prevenzione.

* + 1. ***LE RICERCHE CASO***
* **Ricerca caso stevia-aspartame**

Status: il report è in corso di stesura e sarà disponibile entro il secondo trimestre 2012.

***Obbiettivi***

Gli edulcoranti acalorici aspartame (di origine chimica) e stevia (di origine naturale) sono di impiego diffuso e presenti in un’ampia varietà di alimenti. E’ noto che la percezione nel consumatore della loro sicurezza è dissimile e non coerente con i dati scientifici di tossicità. Lo studio cerca di approfondire l’origine di tale percezione.

***Metodi***

Lo studio si articola in due parti:

* un’analisi approfondita dell’informazione fornita attraverso lo strumento del web su aspartame e stevia (ricerche tramite motori e consultazione di siti puntuali, analisi di blog e YouTube
* un’indagine del livello di conoscenza di un campione di popolazione e di figure professionali (medici, nutrizionisti, farmacisti, erboristi, giornalisti); i campioni indagati non sono rappresentativi, ma scelti secondo un criterio di convenienza. Lo strumento impiegato è un sondaggio di opinione tramite questionario strutturato.
* **Analisi di un modello di comunicazione per una struttura universitaria e applicazione a un dipartimento scientifico**

Status: in corso, report previsto nel terzo trimestre 2012

***Obbiettivi***

Una struttura universitaria a carattere scientifico deve costruire una propria identità e visibilità, autonoma e a supporto della visibilità dei singoli ricercatori e diretta alla società generale utilizzando i media come strumento di trasferimento della conoscenza.

La divulgazione della ricerca spesso rappresenta la prima fonte di informazione dei decisori; la spesa pubblica e i finanziamenti sulla ricerca vengono quindi influenzati non solo dal circuito della comunicazione scientifica, ma anche dalla comunicazione mediatica.

Nei periodi di risorse limitate, la comunicazione globale della qualità assume un’importanza strategica in ambito didattico per orientare la scelta della sede universitaria e in ambito scientifico in quanto influenza l’assegnazione generale dei fondi. E’ da osservare come i contratti di ricerca europei dell’FP7 sottolineino sempre l’esigenza di comunicazione nel corso e nel periodo successivo ai progetti finanziati.

Il fenomeno della mobilità internazionale degli studenti e la concorrenza nazionale e internazionale fra le sedi universitarie accresce l’esigenza di una informazione diffusa.

In quest’ottica si è deciso di intraprendere un’analisi delle modalità di comunicazione di istituzioni italiane e internazionali analoghe alla nostra struttura.

***Materiali e metodi***

Il progetto si articola in diverse fasi e la proposta di una comunicazione “globale” senza vincoli finanziari.

* Fase di *bench-marking* per identificare le *best practices* adottate
* Fase teorica generale per la formulazione del progetto teorico con valutazione di tempi e costi
* Fase di filtro e veicolazione per l’identificazione delle modalità di comunicazione già in essere nella struttura e la traduzione in linguaggio divulgativo
* Fase di realizzazione, legata alle decisioni, prevede il suggerimento per una gestione ottimale e la valutazione di innovazioni

* 1. **COMUNICAZIONE**

Sono sempre accessibili in internet gli articoli pubblicati sul periodico online del Centro ‘’Farmaci, salute e società - Comunicare la scienza’’, un momento di riflessione per la comunità scientifica e per gli esperti di comunicazione sulla condivisione delle responsabilità di quanti lavorano nel campo della salute.

* L’attenzione alla comunicazione si esplica attraverso i laboratori didattici col supporto del CTU, UNIMI che approfondiscono l’analisi del linguaggio dei mass media e che comportano la realizzazione di format televisivi, speciali radiofonici ed elaborazione di campagna sociali su temi di attualità.

A titolo esemplificativo la realizzazione di alcune puntata di un TG scientifico (in collaborazione con Andrea Riscassi, giornalista professionista presso la RAI)

[**TG Scienza e Salute 2010**](javascript:popup('videoFlash/037-tgSS2010/1.html',600,500))

[**TG Scienza e Salute 2011\_1**](javascript:popup('showEvent.asp?fileMovieName=../videoFlash/078-RadioTvLab2012/24_nov_2011_Bruno_1.flv',600,500))

[**TG Scienza e Salute 2012\_1**](javascript:popup('showEvent.asp?fileMovieName=../videoFlash/078-RadioTvLab2012/TG%20Scienza%20e%20Salute%202012_1.flv',600,500))

e la realizzazione di radiogiornale e speciali radiofonici (in collaborazione con Claudio Ricordi, esperto di comunicazione radiofonica, RadioTre e *free lance*)

[**Ascolta la salute**](javascript:popup('audioFlash/laboratoriRadioBruno2010/ascoltaLaSalute.html',600,500))

[**Genoma - 10 anni**](javascript:popup('audioFlash/laboratoriRadioBruno2010/genoma10anni.html',600,500))

[**Salute e dintorni**](javascript:popup('listenEvent.asp?fileAudioName=../audioflash/laboratorioRadioBruno2011/Salute_e_dintorni.mp3&note=Salute%20e%20dintorni',600,200))

[**Integratori che passione**](javascript:popup('listenEvent.asp?fileAudioName=../audioflash/laboratorioRadioBruno2011/Integratori_che_passione.mp3&note=Integratori%20che%20passione',600,200))

All’interno del progetto di ricerca sulla comunicazione, la struttura di appartenenza ha richiesto la progettazione e la realizzazione di due prodotti specifici:

* Un video a cura di Bruno F, Laccisaglia M, Lucchini M di [presentazione sul Dipartimento e la sua ricerca](http://www.youtube.com/watch?v=4pKqR6byCMA). Un insieme di immagini, musica e parole accompagna il percorso della ricerca scientifica attraverso i volti e i contributi dei suoi protagonisti: questo è il tema al centro del video ”***Quando l’immagine racconta la scienza – Viaggio nella ricerca del Dipartimento di Scienze Farmacologiche***”, realizzato dal Centro Studi Comunicazione sul Farmaco in collaborazione con il CTU, Centro per la produzione multimediale e l’e-learning dell’Università degli Studi di Milano. Il video racconta la storia del nostro Dipartimento con l’obiettivo di far conoscere il mondo della ricerca scientifica in modo diretto e semplice, attraverso le numerose attività che si svolgono quotidianamente all’interno dei nostri spazi. Dalla didattica alla ricerca pre-clinica e clinica, agli scambi con studiosi di altri paesi, all’incontro con associazioni e alla scrittura di articoli scientifici.
* Nel 2009 il Dipartimento ha registrato una testata (Direttore Flavia Bruno) per diffondere la ricerca e le attività svolte, con particolare riguardo ai giovani ricercatori. La newsletter viene divulgata al momento tramite e-mail. E’ possibile richiedere di ricevere la newsletter contattandola Segreteria del Dipartimento ([segr.direzione@unimi.it](mailto:segr.direzione@unimi.it)).
* E’ in corso una collaborazione di contenuti col sito [della Fondazione Zoè](http://www.fondazionezoe.it/) per il quale vengono inviati articoli di critica, commento, proposte sulla comunicazione della salute e curata la rubrica “Interviste immaginarie con personaggi del passato”.

**2.3. DIDATTICA**

Dati di letteratura, codici di autoregolamentazione, studi condotti dal Centro suggeriscono come formazione di base e formazione continua di quanti comunicano sulla salute siano elementi fondamentali per la selezione dei “fatti” notiziabili e per un’efficace e corretta mediazione delle notizie che tenga conto dell’agenda del paziente. E’ in quest’ottica che il Centro dedica ampio spazio alla didattica. L’offerta formativa gestita dal Centro si articola in questa direzione ed è particolarmente utile in un periodo che vede sempre più aumentare l’interesse del pubblico sulla salute e di conseguenza la richiesta di contenuti da un lato e dall’altro la perdita di “redazioni” scientifiche specializzate e la difficoltà a formare all’interno dei media addetti alla comunicazione sulla salute.

Tutta l’offerta formativa è caratterizzata da lezioni teoriche, laboratori dedicati, discussione di casi, esercitazioni individuali e collettive, visite a strutture esterne, valutazioni in itinere e finale, assegnazione e discussione di tesi, periodo di formazione pratica. Contenuti, docenti, modalità di erogazione sono oggetto di continua valutazione critica ed elaborazione. Gli argomenti affrontati comprendono sia casi storici emblematici della comunicazione, sia la “cronaca”.

Il corpo docente coinvolto nell’offerta formativa si articola in docenti accademici di più università, giornalisti scientifici, professionisti della comunicazione appartenenti agli enti finanziatori e ad altri enti, scelti e riconfermati in base a criteri di qualità e di aderenza al programma erogato. Il contatto diretto con giornalisti e professionisti della comunicazione rappresenta non solo una prima opportunità di avvicinarsi al contesto professionale, ma anche di conoscenza reciproca con potenziali sviluppi futuri.

Il tirocinio aziendale è parte integrante della formazione offerta e costituisce un secondo anello di congiunzione e una opportunità di avvio della professione. La scelta degli enti ospitanti tiene conto dell’esigenza didattica di potenziare gli aspetti formativi e di quella utilitaristica di offrire una reale possibilità di inserimento professionale di tipo duraturo. In quest’ottica, sempre più di frequenti gli enti ospitanti conducono un’effettiva selezione dei tirocinanti.

Nel periodo considerato presso il Centro sono state svolte e discusse quattro tesi sperimentali e tre tesi compilative, tutte assegnate a laureandi in Farmacia, su argomenti oggetto di ricerca nel periodo considerato. Quattro su sei studenti in tesi avevano seguito il Corso Elettivo in Comunicazione Scientifica. Entro dicembre è previsto il completamento e la discussione di quattro tesi sperimentali e due compilative.

**2.4. PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE**

Bruno F. “*La notizia medico scientifica e i media*” in La Comunicazione della salute” – Un manuale. Ed Cortina, Milano 2009

Vercellesi L, Minghetti P, Bazzi A, Pieroni B, Di Croce M, Centemeri C, Bruno F. “*Recommendations for health reporting. Proposal* *of a working paper* ”. Health Education Journal, 69 (1) 48-62, 2010

Zanetti A, Vercellesi L, Pariani E, Laccisaglia M, Bruno F. “*Analysis of a pandemic in the Italian newspapers: the A(H1N1) experience*”. Italian Journal of Public Health, 2, 2012

Di Croce M, Vercellesi L, Laccisaglia M, Bruno F. “*Medical reporting recommendations: a practical and theoretical approach of journalists in Italy*”. Annali ISS 48(2), 194-200, 2012

Moja EA, Minghetti P, Vercellesi L, Iapichino E, Anania S, Laccisaglia M, Bruno F “*Community pharmacists and stress at the counter - a qualitative exploratory Italian research”* (manoscritto presentato 2012)

Battezzati A, Gilardini A, Bruno F et al. *ComuniCare: dalla ricerca alla notizia,* poster presentato al IX Convegno Nazionale sulla Comunicazione della Scienza che si terrà a Trieste, nella nuova sede della Sissa, il 25 e il 26 novembre 2010

Lozza L, Bruno F. “*La notizia medico-scientifica e i media: il difficile rapporto tra giornalisti e ricercatori*” presentazione orale. Simposio AIRO-Lombardia La gestione dell’alta tecnologia in radioterapia, Como, 3 Dicembre 2011

**3. PREVISIONI PER IL PROSSIMO TRIENNIO**

Il Centro proseguirà le sue attività rispetto a ricerca, didattica e comunicazione.

Oltre ai progetti in corso segnalati nel rapporto di attività triennale, sono già previste, o in fase di avvio iniziale, alcune ricerche:

* Percezione del consumatore degli integratori a base vegetale, in collaborazione col progetto europeo FP7 Plantlibra (inchiesta)
* Modello di comunicazione della dieta di prevenzione, in collaborazione con l’Istituto Tumori di Milano (Dottor Berrino, Dottoressa Villarini) (ricerca-caso)
* La salute in televisione: analisi dei modelli e dei messaggi della programmazione televisiva in prima serata (ricerca)
* Identificazione delle raccomandazioni internazionali per il giornalismo su tematiche specifiche (esempio suicidio, anoressia, malattie cardiometaboliche) (ricerca-caso)
* L’amara realtà dello zucchero (analisi della comunicazione sugli effetti negativi dello zucchero)
* Disturbi alimentari: InFormare per prevenire (progetto di comunicazione diretta su adolescenti) in collaborazione con ABA (Associazione Bulimia Anoressia)

In occasione della prossima riunione del Comitato Scientifico verranno discussi ed eventualmente ampliati i progetti futuri.

Milano, 29 Maggio 2012