

ORDINE DEI MEDICI-CHIRURGHI E DEGLI ODONTOIATRI DELLA PROVINCIA DI LATINA

ADUNANZA N. 01/2002 DEL CONSIGLIO DIRETTIVO DEL 30/01/2002
DELIBERA N. 01/013

FUNZIONE "COMUNICAZIONE E IMMAGINE DELL'ORDINE" – PROGRAMMA DI ATTIVITÀ

RELATORE RIGHETTI

Responsabile dell'istruttoria S. Borsari

IL CONSIGLIO DIRETTIVO

- Su proposta del Presidente;
- Ascoltata la relazione del Dott. Righetti che ha illustrato la delibera di cui all'oggetto;
- Introdotta le eventuali modifiche al testo proposto;
- Ricordato che, con delibera n.14/142 del 19.12.2001 è stato rinnovato l'incarico di consulenza alla Sig.ra Antonella Cassioli per la funzione "Comunicazione ed immagine dell'Ordine per attività riguardanti:
 - 1)bollettino "Medicina Pontina" – direzione responsabile dello stesso e interventi grafici
 - 2)attività di raccordo con gli organi di informazione (attraverso contatti e fornitura di materiali stampa e documentazione), con istituzioni e altre organizzazioni operanti nel settore della sanità
 - 3)collaborazione in attività di promozione e diffusione dell'immagine dell'Ordine dei Medici in occasioni particolari
 - 4)attività di coordinamento delle iniziative di comunicazione per eventi creati o sostenuti dall'Ordine
 - 5)attività di ricerca e documentazione
 - 6)realizzazione della rassegna stampa dell'Ordine e relativa analisi
 - 7)ideazione e progettazione di iniziative finalizzate alla diffusione e al rafforzamento dell'immagine dell'Ordine;
- Esaminato il documento di lavoro presentato in data 30.01.2001 dalla Sig.ra Cassioli intitolato "Una breve riflessione e un'indicazione sulle attività future" ed approvandone il contenuto,

DELIBERA

Per quanto sopra esposto,

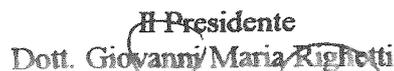
- Di approvare il programma di attività della funzione "Comunicazione ed immagine dell'Ordine" contenuto nel documento presentato dalla Sig.ra Antonella Cassioli che è allegato alla presente delibera e di cui viene a far parte integrante e sostanziale.

Letto, approvato e sottoscritto con la seguente votazione:

a favore n. 13 consiglieri
contrari n. 00 consiglieri
astenuiti n. 00 consiglieri
Latina, 30.01.2002

Il Segretario
Dott. Pasquale Mile


Allegati n. 1

Il Presidente
Dott. Giovanni Maria Righetti


Una breve riflessione e un'indicazione sulle attività future

Funzione comunicazione e immagine

*Ordine dei Medici Chirurghi e Odontoiatri
della provincia di Latina*

A sei mesi, circa, dall'approvazione del documento di pianificazione della comunicazione per l'Ordine dei Medici Chirurghi e Odontoiatri di Latina, è giunto il momento di fermarsi a fare una breve riflessione sul percorso fatto, sulle attività svolte e da svolgere e, nel caso, pensare a dei correttivi. In questo senso, sembra giusto seguire lo schema proposto sei mesi fa.

La prima considerazione da fare riguarda gli obiettivi che ci si era proposti, sia quelli generali che quelli di comunicazione. Entrambi, in estrema sintesi, si sono confermati validi e, quindi, indicativi anche del percorso da fare in futuro (salvo ulteriore, successiva verifica).

Rivediamoli:

Obiettivi generali

- rafforzamento rapporto Ordine/Iscritti
- incentivazione della partecipazione attraverso l'identificazione sempre più stretta tra Ordine e Iscritti e lo sviluppo del senso di appartenenza
- massima esplicitazione del ruolo e delle funzioni sociali dell'Ordine
- rafforzamento dell'idea di autorevolezza e dinamismo dell'Ordine
- presenza puntuale, costante ma non casuale dell'Ordine
- diffusione dell'idea di associazionismo attivo e non di corporativismo

Obiettivi di comunicazione

- diffondere l'idea che l'Ordine non è di "proprietà" di un gruppo particolare di iscritti (del Direttivo, nella fattispecie) ma di tutti, rimarcando, tra l'altro, le funzioni statutarie dello stesso;
- sottolineare il concetto della partecipazione e della condivisione di certi valori, della necessità di allargamento della partecipazione per rendere sempre più stringente e puntuale l'azione dell'Ordine che non può e non deve essere semplicemente di "rappresentanza" ma attiva e di impatto sul tessuto sociale;
- evidenziare come l'Ordine possa attuare la sua azione non casualmente ma finalizzandola in maniera propositiva alla diffusione della cultura sanitaria, al miglioramento e alla razionalizzazione delle prestazioni e delle condizioni di tutti i soggetti coinvolti (medici e pazienti);
- sottolineare come l'attività dell'Ordine sia orientata non alla difesa di posizioni corporative ma punti alla massima trasparenza e ad una sorta di "alleanza" con gli altri soggetti coinvolti per l'obiettivo comune di una migliore e diffusa cultura della sanità e del benessere.

Un primo passo verso la realizzazione di questi obiettivi è stato certamente fatto, ma occorre ribadire e, soprattutto, cercare di "lavorare" in particolar modo su alcuni, finora magari solo individuati, spingendo l'acceleratore su altri. Anche se i percorsi sembrano tracciati (almeno in linea di massima) e alcune azioni già pianificate, molta strada occorre ancora fare. E' evidente, comunque, che, alla luce delle esperienze fatte, oggi è più chiaro come occorra muoversi e come possano essere individuate le mosse successive.

Per fare un esempio concreto, in sostanza, rimane centrale la necessità di rafforzare il rapporto Ordine/Iscritti e l'incentivazione della partecipazione. A questo proposito, anche se le ultime iniziative hanno visto un maggior numero di partecipanti, ciò non deve far pensare che sia definitivamente ottenuto il risultato sperato: potrebbe trattarsi di un fatto isolato che non vuol significare una reale adesione e partecipazione. Per questo occorrono sicuramente tempi più lunghi

Quanto alla presenza nella società civile e al ruolo dell'Ordine, alla sua autorevolezza e dinamismo, è necessario continuare sulla strada intrapresa, mantenere una presenza costante sulle realtà quotidiane (quelle che vivono i cittadini), mantenendo uno spirito propositivo e collaborativo. In concreto e per scendere sul terreno degli obiettivi di comunicazione, occorre "stare" sui fatti e sulle notizie e individuare i bisogni, prima ancora che esplodano, essere pronti a dare soluzioni e alternative valide che vengano percepite non come difesa di interessi di corporazione ma come contributo al miglior andamento della sanità.

Nel piano di comunicazione, rispetto al target degli iscritti, erano state individuate una serie di azioni:

Medicina Pontina

"questo particolare strumento, già in essere, dovrà essere ulteriormente potenziato e caratterizzarsi sempre di più come strumento di riflessione, discussione, approfondimento, diffusione di temi di cultura e politica sanitaria, sempre meno come veicolo di informazione "spicciola", ovvero di attualità".

In questo caso si può dire di essere abbastanza avanti, rispetto agli obiettivi: l'ultimo numero affronta un tema sicuramente interessante per i lettori (che mediamente hanno risposto in maniera lusinghiera). Il ruolo assegnato alla rivista, il suo configurarsi sempre più come strumento di approfondimento e dibattito, sembra essere stato sufficientemente inquadrato. Ma non ci si può fermare. Al contrario, ritengo che occorra discutere delle prospettive della rivista e tracciarne esattamente i "confini" perché *Medicina Pontina* diventi la tribuna che rappresenta al meglio gli Iscritti all'Ordine. In questo senso, la scelta di realizzare un numero monografico sulla responsabilità professionale, si è dimostrata vincente. Non può, però, essere sempre così: occorre dare spazio anche a contributi originali, che realizzino, appunto, il suo ruolo di forum di discussione e approfondimento. Occorre, quindi, pianificare l'attività editoriale.

POSTEL E E-MAIL

"questi due particolari strumenti dovranno servire a veicolare le informazioni di utilità immediata: comunicazioni su incontri, normative, iniziative di aggiornamento e formazione, ecc.". L'idea di utilizzare Postel e e-mail per la comunicazione "spicciola" con gli iscritti, continua ad essere ragionevole. Occorre insistere per ottenere le e-mail di tutti: quando si avrà una copertura totale, si potrà pensare di inviare il postel solo in occasioni o comunicazioni particolari. Indubbiamente sarà un processo lungo: ci vorrà ancora del tempo perché si diffonda l'uso e l'abitudine alla posta elettronica presso tutti gli iscritti (soprattutto quella di aprirla, se non quotidianamente, con una certa regolarità).

AGGIORNAMENTO E FORMAZIONE

"Si tratta di una "voce" sempre più presente, necessaria, oggi "obbligatoria" (ECM), che si configura, però, anche come un potente strumento di comunicazione, utile a diffondere partecipazione, senso di vicinanza agli obiettivi generali, condivisione e "utilità" dell'Ordine. Le iniziative in tal senso, dunque, devono essere opportunamente sostenute".

Alla voce "aggiornamento e formazione" occorrerà, col tempo, dedicare più attenzione, nel senso che oltre a farla, occorre pubblicizzarla, far sapere che esistono iniziative "istituzionalizzate", che la Scuola Medica Pontina è in grado di supportare questa esigenza e lo può fare perché accreditata (si pensi ai valutatori). In quel momento occorrerà sicuramente differenziare la comunicazione, creando una "linea" ad hoc (calendari delle iniziative inviati semestralmente e in forma di brochure con indicazioni di destinatari privilegiati e obiettivi, ad esempio).

INCONTRI E MEETINGS

"Oltre ad iniziative di aggiornamento e formazione può essere utile continuare a creare eventi, manifestazioni, meetings (non solo professionali) per incrementare lo scambio di informazioni e la condivisione di valori".

Sul fronte degli incontri e meeting, le ultime vicende hanno dimostrato che è possibile coinvolgere le persone: occorre trovare argomenti e modalità giusti per rafforzare e rinnovare la voglia di partecipazione. Un'iniziativa che sarà utile portare avanti è quella relativa agli incontri con le varie realtà del mondo della sanità per l'organizzazione della manifestazione "unitaria" da svolgersi nella primavera del prossimo anno (ex giornata del medico). Dai contatti avuti finora, infatti, ho potuto constatare la diffusa partecipazione all'obiettivo e la necessità di punti di raccordo.

La seconda area di intervento individuata nel piano di comunicazione era quella relativa al **target dei cittadini/utenti**.

INTERVENTI SU MEZZI DI COMUNICAZIONE

"La possibilità di intervenire nel dibattito pubblico attraverso i mezzi di comunicazione è sicuramente un modo per cominciare ad interloquire con il grande pubblico. Questi interventi, tuttavia, non dovrebbero essere episodici, d'emergenza, autocelebrativi ma, al contrario, frequenti, "problematici", propositivi, utili ad aprire un dialogo non a difendere posizioni.

In questo senso, si potrebbe cercare di attivare un dialogo con il pubblico "esterno" in collaborazione con i mezzi di comunicazione, per non essere al centro delle cronache solo per i casi di "malasanità".

In tal senso il processo si può dire avviato ma molto deve essere ancora fatto e, soprattutto, occorre puntare all'individuazione e divulgazione di iniziative che realmente possano essere di sostegno nella quotidianità. Un esempio concreto: dopo aver dato notizia dell'iniziativa presa con la Giornata del Sollievo, occorrerà tornare sull'argomento, dando, a questo punto, informazione di iniziative, attività e servizi al pubblico che possano sollevare, appunto, dalla sofferenza malati e familiari. In questo caso l'uditorio e il sostegno sarà certo (e non solo da parte degli addetti ai lavori).

Si tratta, insomma, di fare passi concreti in direzione di una sorta di alleanza con coloro che sono gli utenti del pianeta sanità e farli partecipi di questa volontà.

INCONTRI DI INFORMAZIONE

"Potrebbe essere utile organizzare incontri aperti al pubblico e finalizzati alla divulgazione, con l'obiettivo di informare in prima persona su temi di sanità e creare un rapporto diverso, più aperto, quasi un'"alleanza" con il pubblico dei cittadini/utenti. Queste iniziative possono anche essere il risultato di collaborazioni con altre realtà sociali e istituzionali".

L'organizzazione di incontri pubblici rappresenta un argomento difficile. Organizzarli al meglio, infatti, richiede una struttura e una preparazione non da poco. Paradossalmente è più difficile coinvolgere e far partecipare i cittadini, piuttosto che politici e amministratori (tranne quelli che hanno scelto, per varie motivazioni, di restarsene nella loro "torre d'avorio"). Affrontare il "pubblico" richiede una preparazione particolare e temi scelti che tocchino da vicino le esigenze e le difficoltà di ogni giorno e che possano realmente contribuire a semplificare certe situazioni.

CAMPAGNE DI INFORMAZIONE

"Di lavorare in tal senso, in campo sanitario, non manca occasione. Abbiamo già molti esempi, anche a livello nazionale. E' una possibilità che però non si può limitare allo stampato abbandonato sul tavolo dello studio del Medico di Medicina Generale o nelle strutture ospedaliere. In particolari occasioni, dunque, occorrerebbe vivacizzare la campagna in oggetto, proprio per avvicinarla il più possibile al suo destinatario".

Anche in questo caso si può cominciare a pensare di operare nel senso della sensibilizzazione su certi temi. E anche in questo caso si può pensare ad iniziative che prevedano la collaborazione di più settori del mondo della sanità. Ancora una volta per puntare all'alleanza con i cittadini/utenti. Dare informazioni articolate, educare alla salute e al benessere in modo facile e cercando di individuare le priorità dei cittadini può aiutare a rendere più proficuo il rapporto medico/paziente. La necessità e l'abitudine ormai consolidata all'informazione di tipo sanitario, del resto, è ampiamente documentata dal successo di innumerevoli pubblicazioni (ora anche siti Internet) che si occupano dell'argomento. Ovviamente le modalità di intervento in tal senso vanno accuratamente studiate per evitare inutili "polpettoni" di difficile approccio e digeribilità...

Terza area di intervento prevista dal piano di comunicazione era quella del **target della istituzioni**, rispetto alle quali i primi passi sono già in essere attraverso *Medicina Pontina*, il coinvolgimento in iniziative come la Giornata del Sollievo o la proposta di un proprio piano di ristrutturazione della rete sanitaria provinciale.

Occorre, tuttavia, rafforzare il rapporto, lavorando soprattutto su se stessi, ricercando collaborazioni importanti, accreditandosi anche presso istituzioni non provinciali. Anche in questo caso, ovviamente, la parola d'ordine è collaborazione, cercata e fornita. A mio avviso occorre, dunque, riflettere su iniziative che vadano in questa direzione.

Siamo così giunti all'ultimo elemento del mosaico: il **target degli organi di informazione**.

Nel piano di comunicazione si erano individuati, come strumenti da utilizzare per "avvicinare" il mondo dell'informazione, *Medicina Pontina*, Incontri e Meetings, documentazione e comunicati.

Ad oggi, il bilancio si può dire incoraggiante e la strada intrapresa quella giusta: l'Ordine sembra configurarsi come interlocutore valido e ascoltato, presso gli organi di informazione. L'invio di *Medicina Pontina* è una buona soluzione, i rapporti personali sono avviati (ma vanno incoraggiati ulteriormente), la risposta alle sollecitazioni esiste.

Si tratta di "normalizzare" l'invio di informazioni, che sia costante senza inflazionare, puntuale ma senza appesantire. E' effettivamente arrivato il momento di creare un rapporto più stretto, che vada sulle notizie, anche prendendo spunto dall'attualità, non rimanendo "confinato" esclusivamente ad iniziative dell'Ordine. La possibilità di sollecitare interventi degli organi di informazione è concreta e si può cominciare ad attuarla.

Un cenno finale alla **rassegna stampa** è d'obbligo. Il ruolo di questo strumento non è, forse, ancora chiaro. Non è vero che tutti leggono i giornali quotidianamente. L'attenzione è attratta sicuramente dai fatti della cronaca, generalmente negativi. Solo una costante "lettura" delle notizie può consentire di raccogliere i segnali che vengono dalla quotidianità. Il problema della rassegna è, allo stato attuale, la sua diffusione e analisi, che non deve rimanere circoscritta a chi materialmente la mette insieme. E, d'altra parte, non basta diffonderla, la rassegna stampa. Serve che venga percepita e utilizzata come uno strumento di lavoro e di riflessione. La soluzione potrebbe essere la diffusione di un prodotto "preconfezionato", ovvero di un estratto dalla rassegna, che contenga anche una sorta di analisi delle notizie più rilevanti, degli spunti utilizzabili, delle "emergenze" individuabili, degli spazi di intervento da parte dell'Ordine. In questo caso si tratterebbe di valutare le modalità di diffusione, a cominciare da cadenza (a regime potrebbe essere quindicinale) e destinatari (a cominciare dai membri del Consiglio Direttivo). Da rivedere anche la "veste grafica", di cui sto cercando di elaborare un bozzetto, che dovrà servire ad evidenziare temi ricorrenti e caratteristiche degli articoli.

Questo, sia pure a grandissime linee, il percorso fatto e quello che si pensa di fare nell'immediato. Non mancheranno, ovviamente, interventi "in corsa". Ma andranno, comunque, sempre calibrati rispetto agli obiettivi che ci si è dati.

E' evidente, inoltre, che ogni proposta e suggerimento (o critica) debba essere presa in considerazione. Anzi, è attesa.

Per concludere, come si è soliti dire, sono a vostra disposizione per ogni chiarimento o approfondimento.

Antonella Cassioli

Latina, 16 gennaio 2002