



*In un decennio sono cambiate le fonti delle notizie ed è aumentato il peso dei social network. La presidente AIOM Stefania Gori: “Informazione e medicina sono due facce della stessa medaglia, con un obiettivo comune: l’interesse dei cittadini e dei pazienti”. A Milano due giorni di lezioni promosse dalla società scientifica*



Milano, 11 aprile 2018 - Una delle parole più cliccate nelle ricerche sul web negli ultimi sei mesi è “tumore”. Il termine, negli ultimi 90 giorni, ha registrato un incremento del 30%. Uno dei motivi va individuato nelle dichiarazioni di alcuni personaggi famosi che hanno rivelato di essere stati colpiti dalla malattia o di averla sconfitta.

Da un lato l’outing mediatico può dare forza agli altri pazienti che stanno ancora affrontando il percorso di cura, dall’altro è compito dei giornalisti saper trasmettere correttamente i messaggi legati a una diagnosi in grado di cambiare radicalmente la vita della persona.

Le nuove frontiere della comunicazione in oncologia sono al centro del IV Corso nazionale per giornalisti medico-scientifici e oncologi organizzato dall’AIOM (Associazione Italiana di Oncologia Medica) che si terrà a Milano il 13 e 14 aprile.



Dott.ssa Stefania Gori

“La sete di informazioni in ambito medico-scientifico da parte dei cittadini è molto alta, soprattutto quando si trattano temi delicati come i tumori - spiega Stefania Gori, Presidente nazionale AIOM e Direttore del Dipartimento Oncologico dell’Ospedale Sacro Cuore-Don Calabria di Negrar-Verona - La rete è strumento di informazione ma è indispensabile, ed è la sfida della nostra società scientifica, formare e diffondere conoscenze perché il web da elemento positivo di apertura e di progresso non sia, in alcune circostanze, megafono di mistificazioni prive di basi scientifiche”.

Nell’ultimo decennio infatti sono cambiate le fonti da cui i cittadini ricavano notizie: i telegiornali sono usati abitualmente per informarsi dal 60,6% degli italiani, ma solo dal 53,9% dei giovani. La seconda fonte di informazione è Facebook con il 35%, nel caso degli under 30 il social network sale al 48,8%. Tra i mezzi utilizzati dai giovani seguono i motori di ricerca su internet come Google (25,7%) e YouTube (20,7%).

“Negli ultimi anni è aumentato in modo esponenziale il ruolo dei social network, soprattutto quando la parola chiave da cercare è ‘cancro’, con ricadute spesso positive per i malati - continua la presidente Gori - I social implicano velocità nella veicolazione del messaggio, ma il giornalista medico-scientifico non può sconfinare in una comunicazione superficiale e ad effetto, perché si occupa della vita delle persone. Informazione e medicina sono due facce della stessa medaglia, con un obiettivo comune: l’interesse dei cittadini e dei pazienti”.

Nella prima giornata del corso verranno affrontati vari aspetti che stanno modificando la comunicazione in oncologia a partire dalle diverse modalità con cui la stessa notizia viene affrontata dagli oncologi e dalla stampa: le fake news, il fumo di sigaretta e la riduzione del danno e il ruolo dell’alimentazione.

Spazio anche alle sfide immediate della ricerca, come la biopsia liquida, che consentirà di individuare in poche gocce di sangue i primi segni del cancro, e i test genetici, che permettono di identificare, in una famiglia che includa uno o più membri colpiti da tumore, le persone sane con alterazioni genetiche (BRCA) che determinano una predisposizione alle neoplasie del seno e dell’ovaio.

Nella seconda giornata sono previste due tavole rotonde: la prima sulle necessità della cronaca locale e i report dai grandi congressi con un focus sui social media nella lotta al cancro; la seconda sul rapporto fra società scientifiche, associazioni dei pazienti e giornalisti.