

Educare alla prevenzione oncologica Il benessere passa dalla conoscenza

L'educazione alla prevenzione oncologica come welfare aziendale. I numeri sui malati di cancro sono impressionanti: solo in Italia è stato calcolato che, nell'arco della vita, una persona su due si ammala. Ogni anno le nuove diagnosi sono pari a 1.000 al giorno, di cui un terzo riguarda persone in età produttiva (15-64 anni). Fatte le debite proporzioni, è come se, in un'azienda con 25mila dipendenti, ogni anno se ne ammalassero potenzialmente 50. Questo fenomeno ha un forte impatto anche a livello sociale. Fortunatamente in Italia più di un paziente su due sopravvive al cancro, ma un'indagine Favo-Censis ha stimato che oltre ai costi sanitari, serve considerare i costi sociali ascrivibili a tutti i pazienti oncologici che ammontano a oltre 36 miliardi di euro (34mila euro a paziente). La buona notizia è che circa il 40% dei tumori diagnosticati potrebbe essere evitato se le persone adottassero uno stile di vita sano. Il problema? Non tutti lo sanno.

Diffondere la consapevolezza

Ecco allora che l'educazione su questi temi diventa straordinariamente importante. Ed è proprio per affrontare problema sociale che è nato *KnowAndBe.live più conoscenza, meno paura*, il programma digitale e transmediale di educazione alla prevenzione oncologica. Obiettivo del progetto è sfatare i falsi miti che ancora circondano il cancro, abbattere la paura e ampliare in maniera significativa le pratiche di prevenzione e di accesso allo screening oncologico.

A idearlo è stata Luigia Tauro, *cancer survivor* con una lunga carriera nell'innovazione digitale e dopo la malattia diventata imprenditrice nell'area dell'innovazione sociale. Per venire incontro alle esigenze delle aziende, nel 2016 ha proposto il primo corso online sulla prevenzione e informazione (era ottobre, non a caso il mese della prevenzione del tumore al seno): "In tre mesi abbiamo coinvolto oltre 8mila persone, di cui il 50% donne", ricorda Tauro. "Da lì è maturata la decisione di creare una startup nell'area dell'innovazione sociale con l'obiettivo di raggiungere quante più persone possibili attraverso il coinvolgimento delle aziende. Le imprese possono fare la propria parte per promuovere l'equità nella salute attraverso l'educazione alla prevenzione oncologica dei propri dipendenti; in Italia si tratta di una popolazione di 17 milioni di persone e il mio obiettivo è raggiungerle tutte".

Pianificare e gestire l'assistenza

Purtroppo, infatti, si parla poco di prevenzione e non solo nelle aziende. L'educazione sanitaria è un pilastro fondamentale della *Roadmap for sustainable healthcare* in Europa: l'azione 2 'Fostering empowered and responsible citizens' indica la condivisione delle informazioni e degli investimenti sostenuti in materia di educazione sanitaria proprio come la strada per consentire ai cittadini di comprendere meglio la loro condizione di salute e per pianificare e gestire consapevolmente la propria assistenza.

Rivolgendosi a chi in azienda studia i percorsi di welfare per i dipendenti o chi si occupa di Corporate Social Responsibility, il progetto di *KnowAndBe.live* –il primo a livello italiano e internazionale di questo tipo– grazie all'utilizzo delle tecnologie digitali è in grado di raggiungere un grande numero di persone adottando un linguaggio semplice, una metodologia didattica innovativa e strumenti per creare coinvolgimento emotivo: la formazione avviene dunque combinando varie modalità, come la divulgazione scientifica, l'eLearning, lo storytelling, il visual journalism, il data design e il videomaking ("Tutti i contenuti sono validati scientificamente grazie alla collaborazione con Aimag –l'associazione che fornisce ai malati di cancro e ai loro familiari una 'terapia informativa' per affrontare la malattia, dalla diagnosi alle cure– e i moduli eLearning sono stati progettati e sviluppati con Didael KTS, società operante nel settore del digital learning di riconosciuta esperienza, nazionale e internazionale").

Il programma studiato appositamente per le aziende prevede una campagna di sensibilizzazione (i dipendenti rispondono in forma anonima a un breve questionario online); il coinvolgimento emozionale con testimonianze video di chi ha superato la malattia; la partecipazione a eventi che sfruttano il metodo di apprendimento attivo ed esperienziale grazie a un approccio ludico, fisico e tangibile; l'utilizzo di un sistema multimediale di eLearning che raggiunge tutte le persone con l'educazione alla prevenzione.

"Il programma offre alle aziende l'opportunità di monitorarne l'andamento e l'efficacia: le risposte al questionario online sono il punto di partenza per valutare la *cancer risk awareness* della popolazione aziendale e per indirizzare al meglio l'intervento formativo da misurare a posteriori", commenta Tauro. Di particolare interesse sono i Diagrammi Partecipati e l'utilizzo di tecniche di visual journalism: "Si tratta di strumenti progettati con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza di piccole comunità sulla prevenzione del cancro, con un approccio fisico, cioè tangibile e percepibile attraverso sensi diversi dalla vista, e un approccio ludico. La rappresentazione dei dati permette alle persone di interagire con cifre come l'incidenza del cancro e la sopravvivenza che se soltanto lette o ascoltate spesso non sono del tutto comprese".

www.knowandbe.live



Un esempio di Diagrammi Partecipati con l'utilizzo di tecniche di visual journalism