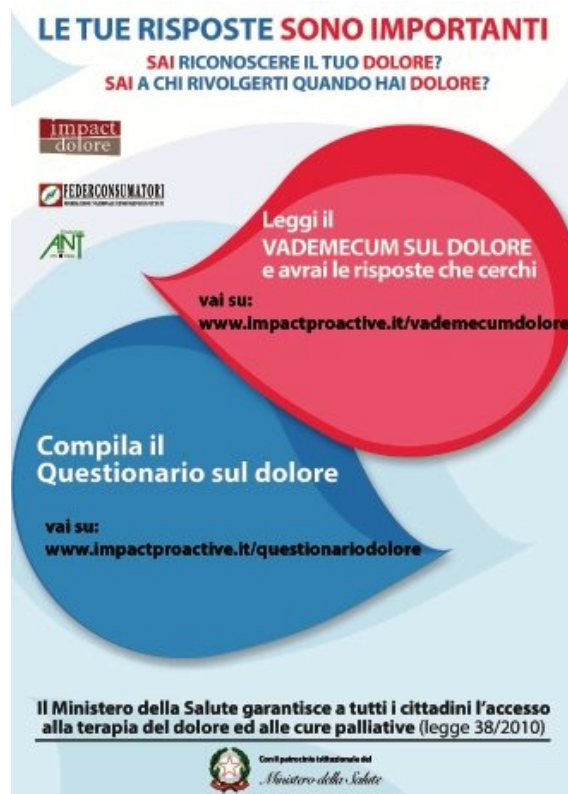


Lotta al dolore, la parola ai cittadini

Data: Invalid Date | Autore: Redazione



27 APRILE 2015 - Lotta al dolore: al via la seconda fase della campagna nazionale di sensibilizzazione patrocinata dal Ministero della Salute. Dopo la campagna di informazione con il “Vademecum sul dolore”, il progetto nato dall’impegno congiunto di Federconsumatori, Fondazione ANT Italia ONLUS e IMPACT Proactive punta alla collaborazione dei cittadini

Il “Vademecum sul dolore”, distribuito in decine di migliaia di copie attraverso 1000 sportelli di Federconsumatori e 120 Delegazioni di Fondazione ANT dislocate sul territorio nazionale, è andato presto esaurito ed è stato ristampato per poter rispondere alle richieste dei cittadini di tutta Italia. Migliaia i contatti sui siti di Federconsumatori, ANT e IMPACT Proactive.

La campagna di sensibilizzazione sulla lotta al dolore entra adesso nel vivo: dopo aver informato e sensibilizzato l’opinione pubblica, adesso la parola passa ai cittadini. A questo scopo, è stato realizzato un apposito “Questionario sul dolore”, semplice ed esaustivo, per permettere a istituzioni, classe medica e tutti gli altri operatori sanitari coinvolti di capire quali sono le conoscenze dei cittadini sul tema della lotta al dolore, qual è la percezione della propria esperienza, se sanno a chi rivolgersi, e quanto sono consapevoli dei propri diritti. [MORE]

Nato per aiutare i cittadini a riconoscere il dolore, a valutare i propri sintomi, a conoscere i farmaci, per informare sui i diritti garantiti dalla Legge 38/2010, ma soprattutto per sapere a chi rivolgersi, il progetto realizzato dalle tre associazioni e patrocinato dal Ministero della Salute ha colto nel segno. Il

dolore rappresenta infatti una vera emergenza sociale, che tocca da vicino almeno un italiano su cinque: solo in Italia colpisce oltre 12 milioni di persone (alcune analisi stimano fino a 15 milioni), di cui ancora oggi meno della metà – appena il 40% – sa a chi rivolgersi, mentre solo il 32% è stato informato dal proprio medico, il 22% da amici e parenti e il 14% su Internet. Inoltre, solo il 35% sa che in Italia c'è una legge sul tema (fonte: Fondazione Isal).

Il Professor Guido Fanelli, membro del Board di IMPACT proactive e Direttore Scientifico di Fondazione ANT Italia Onlus ricorda che: «Il 26% degli italiani soffre di dolore cronico: non è accettabile che siano ancora così pochi i cittadini consapevoli dell'esistenza della Legge 38, nata per tutelare un diritto sancito dalla Costituzione e che è ancora lontano dall'essere applicato, da Bolzano a Pantelleria, in modo omogeneo e uniforme in tutto il paese».

Come sottolinea il Professor Gian Franco Gensini, Presidente del Board di IMPACT proactive, «un cittadino informato e consapevole è un aiuto concreto anche per le stesse società scientifiche, fondazioni e associazioni nel condurre la proprie attività di ricerca scientifica; la professionalità di un medico o di un operatore sanitario deve includere la conoscenza e la comprensione delle esigenze dei cittadini, anche perché oggi il dolore è riconosciuto come una vera e propria malattia e non più come un semplice sintomo».

Una campagna capillare su tutto il territorio nazionale: fino al 31 maggio infatti, nelle oltre mille sedi di Federconsumatori e ANT, presso i banchetti promozionali allestiti nelle principali città italiane e durante i congressi locali di Federconsumatori (il calendario degli appuntamenti è consultabile presso i siti delle associazioni), i cittadini potranno ricevere e compilare il "Questionario sul dolore" disponibile in versione cartacea o online cliccando sul link <http://www.impactproactive.it/questionariodolore>, e potranno fornire le loro risposte in pochi minuti anche dal computer di casa, dal tablet o dallo smartphone.

I risultati saranno condivisi con la classe medica, le associazioni scientifiche e le istituzioni nel corso di un Workshop promosso da IMPACT proactive a Firenze a giugno con i suoi oltre 80 partner, e nei convegni di Federconsumatori e Fondazione ANT Italia Onlus.

(notizia segnalata da Daniel Meyer)